



LA RENOVACIÓN DEL PERIODISMO IMPRESO EN CHILE

El impacto de las tecnologías digitales en las rutinas periodísticas de *La Tercera* y *El Mercurio*

EMMA MARÍA ANTÓN CERDA

TESIS PARA OPTAR AL GRADO DE MAGÍSTER EN COMUNICACIÓN
POLÍTICA

Profesores guías: Claudio Salinas y Antoine Faure

Santiago de Chile

Marzo de 2020

A Valentina, Gregorio y a mis amigos:

Sin ustedes, no lo lograba.

ÍNDICE

RESUMEN.....	6
INTRODUCCIÓN	7
CAPÍTULO 1	
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	11
Antecedentes	11
Problematización.....	13
Pregunta de investigación y objetivos	19
Pregunta de investigación	19
Objetivo general.....	19
Objetivos específicos	19
CAPÍTULO 2	
MARCO TEÓRICO.....	21
Discusión bibliográfica.....	21
Produciendo la noticia	21
La noticia frente a la tecnología.....	26
Marco teórico	32
El proceso para lograr la noticia	32
El periodista multitarea.....	37
Los consumidores del producto	42
CAPÍTULO 3	
MARCO METODOLÓGICO.....	46
Los casos de estudio	47
<i>La Tercera</i>	47
Copesa en la actualidad.....	50
<i>El Mercurio</i>	53
<i>El Mercurio</i> ahora.....	58
Técnicas de investigación.....	59
Entrevista semiestructurada	60

Análisis de contenido.....	61
Detalle de la muestra	63
Caso de estudio	63
Análisis de contenido.....	64
Entrevistas.....	65
Codificación	66
CAPÍTULO 4	
LA ORGANIZACIÓN AL INTERIOR DE LAS REDACCIONES	75
La optimización de recursos de <i>La Tercera</i>	76
El tradicional estilo mercurial	82
<i>Emol</i> : el encargado de informar en vivo.....	85
Hacia la convergencia digital: la prensa frente a las <i>breaking news</i>	88
Los procesos en <i>La Tercera</i> y <i>El Mercurio</i>	93
CAPÍTULO 5	
EL CASO CATRILLANCA: LA COBERTURA A UNA POLÉMICA	99
El Caso Catrillanca	100
¿Cómo se informó el asesinato?	106
Los 38 días de cobertura.....	110
Autoría de las notas	126
Las fuentes citadas.....	129
CAPÍTULO 6	
EL PERIODISMO EN PRIMERA PERSONA	135
Un día normal	137
El uso de <i>Whatsapp</i>	137
Las redes sociales.....	143
El trabajo en equipo	149
Rigurosidad y reporte: los periodistas frente a las <i>breaking news</i>	153
Los periodistas que cubrieron el Caso Catrillanca	160
La <i>breaking news</i> del enfrentamiento donde fallece una persona	162
El cambio de versión y la investigación judicial	164
La autocrítica de los periodistas.....	172

CONCLUSIÓN.....	176
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	182
ANEXOS	191
Entrevista Editor 1.....	191
Entrevista Editor 2.....	198
Entrevista Editor 3.....	204
Entrevista Editor 4.....	210
Entrevista Periodista 1.....	222
Entrevista Periodista 2.....	225
Entrevista Periodista 3.....	238
Entrevista Periodista 4.....	243
Entrevista Periodista 5.....	252
Entrevista Periodista 6.....	258
Entrevista Periodista 7.....	271

RESUMEN

La siguiente investigación tiene como fin determinar si las rutinas periodísticas se han visto modificadas por nuevas tecnologías. Para lograr esto se observaron los casos de *La Tercera* y *El Mercurio*, dos periódicos impresos que cuentan con sus respectivas versiones digitales, lo que permitió identificar la influencia que tienen las nuevas tecnologías en estos medios.

Para llevar a cabo la investigación se utilizaron diferentes técnicas de investigación, tales como la realización de entrevistas semiestructuradas a editores y periodistas de los medios, como así también la aplicación de análisis de contenido a un corpus creado a partir del Caso Catrillanca, con el fin de comparar las dinámicas entre los periódicos impresos y sus sitios *web*.

Entre los principales resultados se identificó que existen rutinas que, a pesar de la influencia que pueden ejercer las nuevas tecnologías, perduran en el tiempo, tales como el tratamiento de ciertos frentes noticiosos. Por otra parte, y de forma más evidente, la investigación advierte de prácticas que influirían en la libertad de expresión de los periodistas, coartando el deber de informar imparcialmente.

INTRODUCCIÓN

En los tiempos que corren es muy difícil encontrar a una persona que no esté constantemente consumiendo información a través de su teléfono móvil. No es imposible, pero cuesta. Ya sea a través de redes sociales o de medios de comunicación, el flujo de la información en la actualidad es constante y vertiginoso.

La forma en que nos relacionamos con la tecnología no es algo que pase inadvertido para las empresas, las que ven nuevas formas de llegar hasta los usuarios. En ese aspecto, las empresas periodísticas no son la excepción y se van adaptando a los nuevos tiempos para responder a sus potenciales consumidores.

Durante cuatro años trabajé en medios de comunicación, en su mayoría en el periódico gratuito *La Hora*. Dicho diario pertenece a Copesa, la misma empresa que posee la propiedad de *La Tercera* y *La Cuarta*, entre otros medios. De hecho, mi práctica profesional la hice justamente en el diario popular, cuando aún no se adaptaba a los nuevos tiempos y era recurrente caer en prácticas que hoy le costaría más de una *funa* al día.

La Hora era un diario bastante modesto y el equipo que lo sacábamos adelante con suerte superaba las veinte personas. Considerando los limitados recursos con los que contábamos, tanto humanos como económicos, además de cargar con el prejuicio de que por ser un medio gratuito sería mediocre, quienes trabajábamos ahí hacíamos un esfuerzo

extra para generar un diario que intentara acercar a la gente temas que la afectaban directamente, como proyectos de ley referentes a salud y pensiones, por ejemplo.

En el año 2017, gracias a los buenos resultados que obtenía el diario, la empresa decidió potenciar el área digital del periódico, el que contaba con una versión *web* bastante básica que consistía en replicar las notas del impreso. Así fui testigo de cómo se iba desarrollando la sección de internet de *La Hora*: contrataron a tres periodistas para que manejaran el sitio y las redes sociales, labores que en más de una ocasión nos tocaba realizar a los periodistas cuando no estaba el editor general. Así de precarios éramos, que hasta el editor general se encargaba de programar publicaciones para las redes sociales.

Las labores del equipo dedicado a internet poco a poco se fueron complejizando: los periodistas ya no se dedicaban a programar publicaciones o a subir solo las notas del diario impreso, sino que comenzaron a generar una pauta propia de temas para el sitio *web*, además de cubrir cualquier tipo de noticias de último minuto. Incluso recibieron la asesoría del equipo digital de *La Tercera*, luego de incrementar de manera considerable el tráfico hacia el sitio. El plan de trabajo incluía generar una pauta de temas que resultaran atractivos para los usuarios de la página, más didácticos y misceláneos, y estudiar cómo variaban las métricas del sitio. Es más, dentro de la estrategia digital se buscaba que *La Hora* explicara temas más densos que cubría *La Tercera*, con un enfoque más sencillo y cercano a los lectores.

Como equipo hacíamos de todo un poco, por eso mismo me llamó mucho la atención el proceso que se dio en *La Hora*. Esto provocó que me cuestionara cómo la

tecnología podía influir en los procesos de trabajo de un periódico y no solo limitándose a su difusión, sino que también a cómo trabajan los mismos periodistas. Debido a que, además, éramos pocos periodistas, el reporteo en terreno no siempre era una opción, por lo que nuestros grandes aliados para sacar adelante las ediciones eran justamente nuestros teléfonos y el internet.

La oportunidad de indagar en el tema se presentó al cursar el Magíster de Comunicación Política en la Universidad de Chile, en el marco del proyecto Fondecyt N° 11170348 a cargo del investigador Antoine Faure. De esta forma, bajo la tutoría del profesor Claudio Salinas, se acordó investigar cómo las tecnologías digitales han modificado las rutinas periodísticas de los profesionales que producen contenido digital en un periódico que cuenta con una versión impresa.

Se decidió investigar los procesos de producción de noticias en los periódicos *La Tercera* y *El Mercurio* debido a la importancia que ostentan entre los medios escritos y por contar con medios digitales, *LaTercera.com* y *Emol*. El objetivo central consistió en describir la rutina periodística que se da al interior de estos medios, además de establecer las diferencias que se pueden observar en la producción de información de acuerdo a la plataforma.

Para llevar a cabo la investigación se decidieron utilizar técnicas como la realización de entrevistas semiestructuradas y análisis de contenido, aplicadas en torno a la observación de un hecho noticioso cubierto por todos los medios. En este caso, se escogió la cobertura al asesinato del comunero mapuche Camilo Catrillanca desde el 14

de noviembre de 2018, ya que ofrecía una serie de elementos que permitirían enriquecer la discusión, como la relación con las fuentes, la inmediatez de los medios y las prácticas periodísticas como tal.

En el Capítulo 1 se presentan los antecedentes del problema de investigación, mientras que el Capítulo 2 y el Capítulo 3 corresponden al marco teórico y metodológico, respectivamente. El Capítulo 4 se centra en cómo es la organización interna de los cuatro medios considerados para la investigación (*La Tercera*, *El Mercurio*, *LaTercera.com*, *Emol*), basándose en las entrevistas realizadas a editores de cada uno de ellos. El Capítulo 5 presenta los resultados de la codificación aplicada al corpus creado a partir de las notas que cubrieron el asesinato de Camilo Catrillanca. Finalmente, el Capítulo 6 se refiere a cómo es entendida la rutina periodística desde los mismos periodistas, considerando cómo influye en su trabajo las diferentes tecnologías que ocupan diariamente.

CAPÍTULO 1

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

Antecedentes

El desarrollo de las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (NTICs) en el Siglo XXI ha permitido que la mayoría de la población en Chile pueda acceder, a través de diversos dispositivos, a una constante producción de información. De acuerdo a cifras entregadas por la Subsecretaría de Telecomunicaciones en mayo de 2018, en diciembre del año anterior se alcanzaron 16,3 millones de conexiones en el mercado de internet móvil, de las cuales un 93,1% se realizó a través de smartphones (Subtel, 2018). Este uso intensivo de las nuevas tecnologías y las redes sociales que realiza la población ha sido un hecho que los medios de comunicación no han podido ignorar, ya que dicho escenario ha impactado directamente en cómo los consumidores se relacionan con la información y, por ende, en la forma en que se les entrega.

En ese sentido, el desarrollo digital del periodismo ha sido un área que cada vez va ganando más terreno entre los medios de comunicación, ya sean televisivos, radiales o de prensa, ya que cada uno de ellos cuenta con un área periodística enfocada en lo digital. En el caso del papel, las nuevas tecnologías han impactado con mayor fuerza al amenazar directamente el soporte tradicional del medio -la versión impresa-. Por ejemplo, los dos diarios de circulación nacional con más trayectoria y peso en el país -*La Tercera* y *El*

Mercurio- han experimentado, en menos de un año, un fuerte incremento en el aspecto digital, frente al marginal crecimiento que han tenido sus versiones análogas. De acuerdo al Panel de Lectoría de Periódicos (IPSOS, 2018) mientras que el crecimiento de lectoría en el formato papel de ambos medios ha variado en menos del diez por ciento en un año (*La Tercera* aumentó 9,1%, mientras que *El Mercurio* 5,1%), en el ámbito digital el escenario cambia bruscamente: el promedio mensual de lectores de diciembre a mayo (2016-2017) en formato digital en *La Tercera* era de 59.747, mientras que en *El Mercurio* la cifra llegaba a los 111.156 lectores. La variación entre los mismos meses del año siguiente es radical: *La Tercera* aumentó en un 52,3% (31.218 lectores adicionales), en tanto que *El Mercurio* incrementó sus lectores en un 163% (181.432).

Las facilidades que entregan las NTICs a los medios de comunicación -tales como reducción de los costos producción y rapidez en la entrega de los productos periodísticos-, han provocado que las empresas dedicadas al rubro reestructuren los medios que tienen disponibles, muchos de los cuales han visto su fin después de años de formar parte de los medios de comunicación en Chile. Por ejemplo, ya el año 2010 el periodismo escrito en el país presenció cómo en los quioscos ya no formaba parte del panorama el diario *La Nación*, que fue cerrado y migró a una versión completamente digital. Sin ir más allá, el año 2018 el Grupo Copesa remodeló dos periódicos y dos revistas (*Pulso*, *La Hora*, *Qué Pasa* y *Paula*).

Problematización

El desarrollo de las NTICs ha implicado no sólo una reinención de los periódicos por parte de las empresas, sino que también ha supuesto un nuevo desafío para los profesionales de la comunicación, que son quienes plasman en su trabajo los cambios que enfrenta la industria. Entre estos se encuentran factores que podrían incidir directamente en la producción de una noticia, tales como la inmediatez que permiten las nuevas tecnologías, la constante presencia del receptor y la reconfiguración de los modelos de negocios de las empresas.

Tanto en el periodismo impreso como en el radial y el televisivo, al momento de presenciar un hecho noticioso, el periodista, antes de la llegada de las NTICs, debía administrar su tiempo en relación con los recursos de los que disponía. Por ejemplo, en el caso de los periódicos, el profesional tiene un límite de tiempo para realizar su nota -que coincide con el cierre de la primera edición-; en la televisión y la radio, la producción de la noticia guarda una relación más estrecha con los tiempos de desplazamiento del capital humano hasta el lugar o de la preparación previa para realizar un despacho (cámaras, pase desde el estudio, edición, entre otros).

En la actualidad, las nuevas tecnologías permiten entregar información rápida y directamente al consumidor, con una preparación considerablemente menor al periodismo tradicional (televisivo, impreso y radial). La sola llamada de una fuente a un periodista podría ser suficiente para publicar una nota en el periodismo digital, evitando los tiempos

de traslado, preparación de equipos y la espera, hasta el último momento, para publicar la información definitiva, sin considerar el contraste de fuentes.

Considerando el impacto que pueden tener las NTICs en la producción de una noticia, resulta necesario saber cómo la rutina periodística que sigue el profesional de las comunicaciones puede haberse visto afectada. En ese sentido es imperativo determinar qué es la rutina periodística: ¿se refiere a la forma de conseguir información, a la escritura o la relación con las fuentes?

En un primer momento, uno podría suponer que las rutinas corresponden al momento en que el periodista llega a su oficina, se le asigna un evento y a todo el trabajo que debe realizar para producir la noticia: contactar fuentes, contrastarlas, buscar datos duros, llamar por teléfono, quizás ir hasta el lugar de los hechos, ordenar la información recolectada, descartar lo que no es primordial y, finalmente, escribir la noticia propiamente tal. Sin embargo, hay investigaciones en comunicación sobre el tema que aportan una mayor profundidad y otros niveles que podrían pasar desapercibidos respecto de la composición de la rutina de un periodista, como aquellos que definen el concepto como patrones de prácticas que los trabajadores de las comunicaciones utilizan para hacer sus trabajos que aseguran que el sistema funcione, a través de una serie de reglas que se vuelven partes integrales de lo que significa ser un periodista (Shoemaker y Reese, 1991, pp. 100-101).

Los investigadores ejemplifican lo anterior valiéndose del trabajo que Gaye Tuchman realizó en los años 70, en donde “advierte que los periodistas que han dominado las rutinas de procesamiento de noticias son valorados por su profesionalismo (qué preguntas hacer, qué técnicas son las apropiadas para manejar historias difíciles y livianas). Las rutinas pueden ser consideradas como medios para un fin, pero a menudo, estos medios que han sido institucionalizados, toman vida propia” (p. 101).

Una de las prácticas que puede identificarse y forma parte de la rutina periodística es la objetividad. La misma Tuchman señala que el término está compuesto por la forma, relaciones interorganizativas y contenido en el día a día de los periodistas, y que es utilizado por ellos para defender la nota realizada de críticas. Tuchman (1999) indica que el procesamiento de las noticias no entrega el tiempo suficiente para reflexionar, por lo que los periodistas se valen de conceptos como la objetividad para minimizar los riesgos que los *deadlines*, las demandas judiciales o los llamados de atención de los superiores suponen (p. 201).

Al describir la noción de objetividad en el periodismo como parte de la rutina de un periodista, Tuchman trata un aspecto fundamental que es transversal a todos los medios de comunicación: los límites temporales. Tal y como se mencionó anteriormente, estos plazos varían dependiendo del soporte del medio (televisión, radio o periódico), pero finalmente, todos tienen una fecha límite para recabar la información y producir el producto periodístico (emisión de nota radial o televisiva, impresión del periódico). Este

límite es radicalmente diferente en el caso del periodismo digital, donde la inmediatez adquiere un nuevo significado dentro de los medios de comunicación.

Schlesinger (1977) describía la inmediatez como un concepto temporal que se refiere al tiempo transcurrido entre un hecho y su comunicación como noticia (pp. 339-340). Tomando como caso a la BBC, el investigador estudia la noción del tiempo en el periodismo televisivo, enmarcando la inmediatez en la transmisión en vivo de hechos a través de la televisión. En este aspecto, Schlesinger niega que se pueda aplicar el concepto a los periódicos, pero destaca que éstos se acercan a la noción a través de la actualización de la noticia en las posteriores ediciones del diario (p. 340).

Si hace cuarenta años era imposible aplicar el término inmediatez a todas las áreas del periodismo, debido a que no existían los soportes que permitieran dicha aplicación, en la actualidad la realidad es otra. Los medios de comunicación, especialmente los periódicos, efectivamente tienen una nueva concepción de lo que significa la inmediatez, lo que se puede apreciar, claramente, en aquellos medios que cuentan tanto con una versión impresa como con una digital: la comunicación sobre un hecho noticioso, en un periódico con ambas plataformas, ya no debe esperar el último minuto del cierre de la edición, sino que puede transmitir la noticia en tiempo real. El periodista que se dedica a la producción de contenido digital debe entregar, lo antes posible, la información sobre un hecho que acaba de ocurrir, por ese motivo es que es tan frecuente encontrarse con noticias que sólo cuentan el evento noticioso, agregando una frase muy común para ampliar posteriormente la nota: “noticia en desarrollo”.

Zeller y Hermida (2015) recogen la versión de diferentes profesionales en medios de comunicación, quienes destacan la importancia que tiene una publicación rápida de una noticia cuando se habla de periodismo digital: “Yo diría que inmediatez es lo primero. Obviamente, cuando tienes noticias en el mundo digital no puedes esperar para publicar, lo que quieres hacer es publicarla lo antes posible; no estás esperando el cierre de la edición ni nada por el estilo” (p. 111). Entre las herramientas que tienen los periodistas para entregar rápidamente una noticia se encuentran no sólo la escritura, sino que una serie de otros recursos para complementar la información, como el uso de productos audiovisuales o la utilización de códigos provenientes de redes sociales. De esta forma, la tecnología plantea un nuevo reto para los profesionales de la comunicación, quienes deben adaptar la información a los diferentes soportes que son consumidos por las audiencias.

La inmediatez permitida por los avances tecnológicos no ha sido el único factor que ha ganado importancia en la producción de noticias digitales. El uso de redes sociales por parte de la población también ha sido determinante en la forma en que se reconfiguran los medios de comunicación. Hace once años, la cantidad de usuarios que tenía Facebook en Chile era de 39 mil personas. Al año siguiente, la cifra creció hasta alcanzar las 4.300.000 cuentas en la red social. A inicios de 2018 se estimaba que los usuarios que residen en Chile y que tienen una cuenta de Facebook superen los 13 millones (Montes, 2018).

A diferencia de lo que ocurría en el pasado, en que no era posible conocer el interés -de manera directa- de los consumidores de información, las redes sociales no sólo

satisfacen esta necesidad, sino que también entregan estadísticas sobre cuánto tiempo permanecen los lectores en una determinada nota y, además, permiten conocer de primera fuente la opinión que tienen sobre diferentes temas cuando participan a través de comentarios. Esta retroalimentación que poseen ahora los medios de comunicación pareciera que influye en la forma en que se produce la información, permitiendo a las empresas focalizar la producción considerando los intereses de la población.

A su vez, considerando lo rápido y fácil que resulta verificar cuántos lectores tiene un medio digital -a través de las redes sociales- y qué intereses tienen, esto ha permitido incluir estas variantes en los modelos de negocios de las empresas de comunicación. De esta forma, los conglomerados encuentran en el avisaje *online* un nuevo nicho para explotar y beneficiarse de las ganancias que permite la publicidad *web* (Schlesinger y Doyle, 2014).

Por su parte, Tello (2017) agrega que “la desigualdad de recursos disponibles resulta clave para determinar la estructura general y la labor del sistema de medios de comunicación, pues al depender económicamente del gobierno y los aportes privados, son los intereses de las élites dominantes los que influyen en el contenido de los mensajes y sus formas de difusión en el público” (p.14). Considerando que el mercado es vital para la existencia de los medios de comunicación, resulta necesario determinar cómo incide este aspecto en la producción de noticias, ya que los medios de comunicación existen, en su mayoría, gracias a los aportes de privados.

Recurriendo a conceptos como la inmediatez, la interacción a través de redes sociales, métricas digitales y modelo de negocios de los medios de comunicación, se propone investigar cómo han variado las rutinas periodísticas. Esto, considerando cómo han cambiado para los profesionales que trabajan en medios escritos que cuentan con una versión digital, tal y como es el caso de *La Tercera* y *El Mercurio*, teniendo en cuenta los diferentes factores que podrían afectar la producción de una noticia.

Pregunta de investigación y objetivos

Pregunta de investigación

¿Cómo las nuevas tecnologías han modificado la rutina periodística de los profesionales productores de contenido digital en un periódico que cuenta con una versión impresa?

Objetivo general

Describir la rutina periodística de dos periódicos impresos que cuentan con una versión digital de sus medios.

Objetivos específicos

- Establecer las diferencias entre la producción de información del periódico impreso y la versión digital.
- Identificar los formatos que utiliza el medio para transmitir información a través de su página *web* y establecer los tiempos por los que se rige.

- Caracterizar los factores que influyen en la elaboración de contenido digital.

CAPÍTULO 2

MARCO TEÓRICO

Discusión bibliográfica

Produciendo la noticia

A nivel internacional, existen diferentes y variadas investigaciones acerca de la comunicación en su ámbito periodístico, usando enfoques que van desde el análisis del discurso de medios comunicacionales a la relación entre el manejo de la información y el modelo económico de los medios, el impacto de éstos en la sociedad o la existencia o falta libertad de expresión, entre muchas otras aristas. Sin embargo, en Chile son pocos los estudios que se han enfocado en observar cómo se produce la información desde el profesional mismo de la información.

Cuando se habla de rutina periodística, lo primero que se tiende a pensar, por lo general, es que se está haciendo referencia a aquellas actividades que realizan los periodistas en su jornada laboral cotidiana, como las relaciones interpersonales con otros colegas y sus fuentes de información, la investigación para el tema asignado, el procesamiento de diferentes datos y la elaboración misma de la noticia. Si bien estas prácticas efectivamente forman parte de lo que es comprendido como rutina en el ámbito de la investigación de la comunicación, existen otros aspectos que un número muy acotado

de investigaciones en periodismo ha tratado, tal y como dan cuenta Stange y Salinas (2009):

“En primer lugar, han centrado su atención en la *producción* periodística, involucrando tanto el proceso como sus condiciones e intentando, en lo posible, las dimensiones discursivas y materiales del mismo. En segundo lugar, han repuesto la complejidad de la producción de la noticia como aspecto relevante de sus análisis, impidiendo reducciones categoriales comunes en el pasado y entendiendo que el periodismo es algo más que una 'fábrica' de noticias o una 'técnica' de transmisión de contenidos” (p. 7).

En ese sentido, los autores replantean las rutinas periodísticas como problema de investigación de la producción de noticias más que como un objeto de estudio. Con el fin de investigar las prácticas periodísticas en la producción de informaciones en Chile entre 1975 y 2005, Stange y Salinas (2009) desarrollan una discusión para caracterizar el concepto. Es así como la rutina periodística es analizada a través de diferentes aspectos: por ejemplo, desde su lado mítico, en donde el profesional es íntegro, ético, busca la verdad y, en general, lleva a cabo todas aquellas acciones para lograr un “buen periodismo”. Si bien las investigaciones sobre periodismo no buscan confirmar este ideal de la profesión, ciertamente utilizan estas ideas para guiarse, contrastando las prácticas de lo que se debería hacer y lo que realmente se hace, entregando una sesgada concepción de lo que es la rutina (pp. 9-14).

Si bien la profesión vista desde lo mítico sí da algunas pistas sobre la rutina periodística, el problema reside en que no ahonda en otros componentes que deberían

considerarse a la hora de caracterizar el concepto. Por esto, los investigadores reflexionan sobre la idea en diferentes niveles: uno de ellos es donde prima el enfoque de la sociología de la producción o el *newsmaking*. Tomando como punto de partida el trabajo realizado por Schlesinger (1992) -quien estima que la sociología de los medios se ha enfocado, principalmente, en el estudio de los medios en desmedro del trabajo periodístico-, la rutina es comprendida como una operación individual, entendiendo que esta consiste en las acciones que lleva a cabo el periodista, tales como la recopilación, el procesamiento y la selección de la información y la relación con las fuentes informativas.

Si bien en la anterior perspectiva la rutina se entiende como un proceso individual, desde el *newsmaking* esta no es la única forma de comprenderlas, ya que la sociología de la producción de noticias también es capaz de entenderlas como una práctica social, un proceso colectivo en el que las actividades desarrolladas por el periodista están determinadas por factores externos, como el estado del mercado, los recursos tecnológicos disponibles y la jornada laboral; en otras palabras, la rutina periodística es comprendida como un proceso de construcción de realidad social (Stange y Salinas, 2009, pp. 16-21).

La rutina también es reseñada como una cultura profesional, un proceso mediante el cual los periodistas se forman como tales a través de la socialización con sus iguales y aprenden a ejercer el oficio (Stange y Salinas, 2009, pp.21-23). Es decir, la rutina no se limita a una forma de trabajar, sino que considera también dentro de sus mecanismos un constante aprendizaje para los periodistas, quienes adoptan diferentes técnicas de trabajo basándose en cómo se ejerce la profesión dentro de un determinado medio.

Los investigadores además conceptualizan la rutina enmarcándola en la teoría sociológica de los campos sociales, de Pierre Bourdieu, al aplicar la noción de *habitus*. Este concepto permite entenderla no solo como una estructura resultante de las prácticas periodísticas, sino que también como una generadora de sentido en el campo periodístico (Salinas y Stange, 2009, pp.23-24). Basándose en la realidad mexicana, Cervantes (1995) detalla que el estudio sociológico de la práctica periodística en el país norteamericano se ha desarrollado de manera incipiente y se había centrado principalmente en medios televisivos y radiofónicos (p. 98). Esta limitación al estudio de las rutinas periodísticas en México se debe a los problemas que tienen los investigadores para realizar las indagaciones correspondientes, las que están relacionadas con el acceso para observar las dinámicas de trabajo en los medios de comunicación y a la falta de investigaciones sobre el tema en español. Para superar un tercer problema que reconocen los investigadores, sobre la falta de una perspectiva que permita utilizar trabajos teórico-metodológicos y no limitarse a una etnografía de la práctica periodística, Cervantes propone utilizar la noción de *habitus* de Bourdieu:

“Es un concepto abierto que se articula necesariamente a otros conceptos y categorías que en conjunto constituyen un sistema teórico. Es por este motivo que sólo puede ser definido en relación con la teoría que le da sentido y que permite 'ponerlo a trabajar' en función de un objeto de estudio concreto” (p. 102).

Para Shoemaker y Reese (1991), la rutina puede ser definida como patrones de prácticas y formas que los periodistas usan para realizar sus trabajos: “Los estandarizados y recurrentes patrones de noticias y entretenimiento son el resultado, en gran parte, de estas

rutinas. Estas aseguran que el sistema responderá de manera predecible y evitan que sea fácilmente vulnerado. Ellas forman un complejo conjunto de reglas y son parte integral de lo que significa ser periodista” (p. 101).

De acuerdo a los investigadores, las rutinas periodísticas no se desarrollan de manera aleatoria: estas son respuestas prácticas a las necesidades de las empresas de comunicaciones y de los periodistas, quienes cuentan con recursos limitados y una infinita cantidad de material. Dichas necesidades corresponden a la entrega, de la forma más eficiente, de un producto aceptable -la noticia-, al consumidor, todo contra el tiempo. Las rutinas ayudan a que las empresas sean capaces de responder las siguientes preguntas, las que definirán qué historias serán publicadas: “(1) ¿Qué es aceptable para el consumidor (audiencia)? (2) ¿Qué es capaz de producir la empresa? (3) ¿Qué material hay disponible de los proveedores (fuentes)?” (p.104).

Entre los diferentes recursos que articulan las rutinas explicadas por Shoemaker y Reese, como aquellos que permiten a los periodistas seleccionar y editar los hechos considerados noticias (*gatekeeper* o guardabarrera, en su mayoría ejercida por editores), hay otros que los autores califican como defensivos. En este último, figura el caso de la objetividad, que evita que el producto ofenda a la audiencia. Si bien la objetividad es una piedra angular en el mito profesional del periodismo, Shoemaker y Reese destacan que tiene un origen práctico por la naturaleza de las empresas.

Quien explica claramente el punto anterior es Tuchman (1999):

“El informador ha de decidir inmediatamente la validez, fiabilidad y 'verdad' de algo para abordar los problemas que impone la naturaleza de su trabajo -el procesamiento de la información que llamamos noticia, un producto de consumo fungible que se elabora diariamente-. El procesamiento de las noticias no deja tiempo para una reflexión y análisis epistemológico. De todas maneras, los periodistas necesitan alguna noción eficaz de objetividad que minimice los riesgos que los cierres, las demandas judiciales o las reprimendas de los superiores imponen” (p.201).

La noción de objetividad que busca lograr el periodista al producir su noticia, de acuerdo a Tuchman, incluye usar hechos que sean fácilmente verificables, citar entre comillas, incluir varias fuentes en una misma nota o presentar información extra para dar por hecho una afirmación que, sin el sustento adecuado, podría ser considerada como subjetiva.

La noticia frente a la tecnología

Si bien abundan los estudios en comunicación en donde las rutinas periodísticas son presentadas desde el punto de vista organizacional de los medios, también hay otras investigaciones en las que se consideran otros factores que inciden en las prácticas periodísticas, como el desarrollo de las tecnologías. Mellado, Humanes, Scherman y Ovando (2018) indican que, si bien estudios internacionales han indagado el tema, aún resulta un aspecto difuso, dentro de la comunicación, cómo las plataformas digitales provocan una diferencia en el producto periodístico.

Por ejemplo, para ilustrar cómo la tecnología afecta la producción de la noticia -y por ende, previamente la rutina periodística-, se propone revisar las fechas límites con las

que trabajan los medios de comunicación. Mientras que algunos cuentan con más tiempo que otros, como las revistas, periódicos o programas televisivos y radiales (con publicaciones y emisiones mensuales, quincenales o semanales); existen otros medios que deben trabajar con horarios diarios de cierre; también están aquellos que trabajan sobre la marcha, dependiendo de la contingencia; y además están aquellas historias que, independiente del soporte en el que verán la luz, cuentan con un poco más de tiempo - autorizado por el editor jefe- debido a contratiempos ajenos al periodista (como falta de datos o que la fuente no está disponible). Si bien todos los casos descritos anteriormente han mantenido cierta estabilidad en el área periodística, las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (NTICs) han facilitado y cambiado la forma en que se entrega y se consume información. Para términos prácticos, con las NTICs se hace referencia a todos aquellos avances tecnológicos que se han perfeccionado y masificado en el Siglo XXI, tales como el almacenaje digital de grandes cantidades de información, el trabajo colaborativo en línea, la utilización de videollamadas, el acceso a smartphones y la participación en comunidades virtuales, entre otros.

El desarrollo de estas nuevas herramientas disponibles ha sido incorporado en el quehacer de los medios de comunicación, reconfigurando la forma en que históricamente se ha practicado el periodismo y planteando nuevos desafíos para la profesión. Es de esta forma como en los últimos años los medios de comunicación en Chile han invertido y perfeccionado, día a día, su presencia digital: la mayoría de los medios cuenta, en la actualidad, con una versión *web*, ya sean periódicos, revistas, canales de televisión o radios. Esta digitalización que han tenido los medios de comunicación, a nivel global, les

ha reportado una serie de beneficios, tales como la reducción de los costos de producción (Doyle y Schlesinger, 2014), un mayor conocimiento del comportamiento de la audiencia (Tello, 2017) y una entrega más rápida y eficaz del contenido producido (Rico, 2012; Zeller y Hermida, 2015).

Uno de los cambios más significativos que han traído consigo las NTICs guarda relación justamente con el tiempo con el que se trabaja y con el que se entrega la información, puesto que en el periodismo digital la inmediatez tiene una temporalidad radicalmente diferente a como se ha concebido en la historia del periodismo. Schlesinger (1977) se refería a la inmediatez como aquel tiempo entre el que transcurría un hecho noticioso y en que se comunicaba. Estudiando la British Broadcasting Corporation (BBC), Schlesinger investiga la noción del tiempo en el periodismo televisivo, caracterizando la inmediatez como un bien perecible que, en términos logísticos, hace referencia a la rapidez con la que se puede hacer una noticia. En otras palabras, la rapidez con la que se entrega la información es crucial para que el producto noticioso sea valioso; a medida que pasa el tiempo, este va perdiendo relevancia y termina siendo un bien perecible porque los otros medios de comunicación comienzan a cubrir el mismo hecho noticioso.

De aquella reflexión de Schlesinger ya han pasado varias décadas: debido a los avances tecnológicos de la época, en ese tiempo era muy difícil poder aplicar el concepto inmediatez a todas las áreas del periodismo, situación que ha cambiado rápidamente en los últimos quince años. Considerando que todos los grandes medios de comunicación en Chile -ya sea radiales, televisivos o escritos- tienen presencia digital en la actualidad, cabe

preguntarse si han experimentado, efectivamente, un cambio en el significado de inmediatez.

Mellado y sus coautores (2018) indican que tanto la inmediatez, como otros aspectos relacionados con la interacción, tienen la potencialidad de influenciar cómo el periodismo es ejecutado y qué tipo de contenido recibe la audiencia (p.4). Zeller y Hermida (2015) ratifican lo anterior al estudiar el fenómeno que significa para los periodistas vivir el cambio en la rapidez de la entrega de información. Quienes resienten principalmente la diferencia son los periodistas que se dedican a la prensa, quienes comparan la inmediata y rápida publicación de noticias digitales frente a las notas pensadas para un periódico que tiene un cierre programado (p. 111).

Respecto al conocimiento de la audiencia, los avances en las NTICs han permitido el desarrollo de una gran cantidad de datos que entregan información sobre las personas. Dichos datos muchas veces son entregados por los mismos usuarios de internet al crearse una cuenta en una red social, al enviar mensajes a través de servicios de mensajería o al realizar búsquedas en motores como *Google* o *Yahoo*.

Este rastro que deja la persona al navegar por internet genera un conjunto de datos llamado huella digital, la que permite identificar al usuario al reunir sus gustos, intereses y datos personales. Esta huella digital forma parte del *Big Data* o Macrodatos, un fenómeno en el que se generan cantidades masivas de información propiciadas por el

desarrollo de las NTICs. Han (2014) explica que el *Big Data* es una forma de control debido a la información que maneja de los individuos de una sociedad:

“Nuestra vida se reproduce totalmente en la red digital. Nuestro hábito digital proporciona una representación muy exacta de nuestra persona, de nuestra alma, quizá más precisa o completa que la imagen que nos hacemos de nosotros mismos (...) Las cosas se convierten por sí mismas en proveedores activos de información. Informan sobre nuestra vida, sobre nuestro hacer, sobre nuestras costumbres. La extensión de la internet de las personas, *web 2.0*, a la internet de las cosas, *web 3.0*, es la culminación de la sociedad de control digital” (pp. 49-50).

De hecho, el conocimiento de la audiencia y la retroalimentación por parte de la misma es otra de las consecuencias que trajo consigo las NTICs para los medios de comunicación, ya que el masivo uso que hace la población de redes sociales permite tener una constante interacción con el público y conocer sus gustos y preferencias, lo que ha sido incorporado en el desarrollo del periodismo digital. En la investigación de Zeller y Hermida (2015) uno de los hallazgos fue que los periodistas revelaban que no se sentían presionados por la continua interacción con los receptores y que incluso podían trabajar de manera colaborativa gracias a los comentarios de los usuarios (p.112). Por eso es importante, además, determinar cómo este tipo de nuevas herramientas han influido, o no, en la rutina periodística, investigar si, en la práctica, esta interacción o constante presencia de la audiencia significa un cambio en las salas de redacción.

En ese sentido, otro factor que gana relevancia en la práctica de los periodistas es la importancia que mantiene el modelo de negocios del medio, el cual es clave, al menos

en Chile, para que un medio de comunicación se mantenga vigente. Lagos, Checa y Cabalín (2011) detallan que, en Chile, una vez que acabó la dictadura de Augusto Pinochet (1973-1990) se esperaba que la libertad de prensa se ampliaría y que existirían las condiciones propicias para que surgieran nuevos medios de comunicación. No obstante, muchos concluyeron su participación en el espectro de difusión de noticias por las dificultades que enfrentaron ante el nuevo panorama político, como una transición burocratizada, además de la incapacidad de cubrir diferentes temas. Entre otras causas también se encontraron con la falta de financiamiento.

“Más allá del aporte estatal, la principal fuerza que mueve la industria de los medios de comunicación en Chile, en general, y en prensa, en particular, es el de la publicidad privada. Es decir, los diarios y periódicos chilenos no sobreviven por la vía de suscripciones ni por la compra de ejemplares en kioskos, sino que por los ingresos publicitarios que, en su enorme mayoría, provienen de avisadores privados” (p. 3).

La importancia que posee la publicidad para los medios encuentra un importante aliado en las nuevas tecnologías, siendo un factor determinante a la hora de producir información: los datos que permiten recolectar los avances tecnológicos ayudan a que los medios de comunicación reformulen sus modelos de negocios, encontrando no sólo en el avisaje *online* una renovada forma de ingresos, sino que también en cómo presentar, de manera atractiva, el producto periodístico que busca la audiencia. Schlesinger y Doyle indican que (2014):

“Es pertinente hacer hincapié en el predominio de las noticias impulsadas por el mercado y en el rol de las empresas de comunicaciones para mediar las relaciones con propietarios, avisadores y

audiencias. Bajo condiciones de 'convergencia', el desarrollo de prácticas multimedia ha sido un enfoque clave en muchas investigaciones recientes, con la merecida atención a cómo el cambio estratégico está reorganizando las culturas de producción” (p. 4).

Aguirre y González (2012), al estudiar cómo la publicidad privada afectó la cobertura de siete periódicos en el caso sobre colusión de precios de medicamentos por parte de grandes farmacias de Chile, destacan que sí existió un sesgo en la información entregada, omitiendo los nombres de las empresas involucradas en uno de los componentes más importantes de la noticia, como es el título. Es así como los investigadores indican que no basta con observar si un hecho es informado o no, sino que también resulta crucial investigar cómo es informado (p. 99). Considerando que la publicidad tiene un importante rol en los medios de comunicación en Chile, cabe preguntarse cómo las nuevas tecnologías, que ofrecen ventajas para el avisaje (al conocer de forma más precisa al usuario final), pueden afectar la rutina periodística y, por ende, la producción de noticias.

Marco teórico

El proceso para lograr la noticia

Tal y como se ha mostrado, existe una amplia literatura sobre las formas de entender las rutinas de producción en periodismo, yendo desde aquellos aspectos más obvios -reporteo, escritura, contactos- a niveles más profundos, en los que se puede apreciar una forma de aprehender y procesar la realidad a través de diversos mecanismos que se dan en las salas de redacción. Dichas dinámicas, en su núcleo, son transversales a

los diferentes soportes en los que se desarrolla el periodismo -como prensa, televisión y radio-. Tal y como menciona Martini (2000), cuando hablamos de rutinas “no sólo se incluyen las formas organizativas del trabajo cotidiano, sino también una forma de pensar la realidad, una visión del mundo” (p. 14). Si bien existen diferencias entre ellas, precisamente porque cada uno de los soportes tiene exigencias específicas para los periodistas que trabajan en los diferentes medios, cobra relevancia para la presente investigación una pregunta que se plantearon Shoemaker y Reese (1991): ¿cuáles son el conjunto de expectativas y limitaciones estables comunes para la mayoría de los medios de comunicación? (p. 102).

Si no nos limitamos a pensar las rutinas como una serie de acciones que son repetidas diariamente por los periodistas, sino que más bien ampliamos la concepción a un conjunto de medidas que permiten procesar información de acuerdo a los intereses de cada medio de comunicación, resulta primordial identificarlas.

Por una parte, tenemos aquellas que hacen referencia a la “noticiabilidad” de un hecho. Este criterio es uno de los más básicos que se ha enseñado en las instituciones que forman periodistas (tanto en la educación formal como en la práctica en los medios), y que permiten identificar qué hecho tiene el potencial de convertirse en noticia y cuál no. De hecho, uno de los ejemplos más recurrentes en las escuelas de periodismo es aquel que dice que un perro que muerde a un hombre no es una noticia, situación que cambia completamente si es el hombre el que termina mordiendo al animal. En un primer momento, hay que considerar que hechos ocurren a cada segundo en todo el mundo, por

lo que es necesario contar con un filtro para discriminar entre los noticiables y los que no lo son, además de aquellos que permiten que la información sea abordada y procesada por los diferentes medios de comunicación. Novedad, imprevisibilidad, lo inédito, proyección a futuro, gravedad, proximidad geográfica, cantidad de gente afectada e importancia de las personas involucradas son los criterios que identifica Martini (2000, p.18) para evaluar la importancia de un acontecimiento que pueda convertirse en noticia por los efectos que puede traer consigo.

Una vez que se ha evaluado el hecho con potencial noticioso, lo siguiente consiste en considerar las cualidades ligadas a la producción de la noticia. Un evento debe tener componentes que permitan su fácil comprensión y exposición ya que, de lo contrario, es muy probable que el medio lo descarte o no lo publique en un primer momento, con el fin de recabar más información que permita entregar una noticia clara. Estrechamente relacionado a la comprensión está la brevedad, componente que implica que una noticia pueda ser entregada de forma precisa en un espacio limitado. Además, el acontecimiento debe poseer credibilidad, noción que será otorgada por la fuente que entregue la información; es más, un hecho que resulte inverosímil puede ser legitimado debido a la credibilidad que posea la fuente de información. Otro punto que agiliza el procesamiento de una noticia es la periodicidad que posee. Si bien una característica primordial de un hecho es que debe ser novedoso, la periodicidad con la que ocurren determinados eventos permite una construcción más fácil y rápida de una noticia, puesto que se trabaja sobre la base de hechos que son de público conocimiento. Finalmente, se encuentra aquel criterio al que aspiran todos los medios de comunicación: contar con la exclusiva. La primicia de

una noticia no sólo implica un trabajo minucioso por parte de los periodistas (que deben estar en permanente contacto con sus fuentes informativas), sino que otorga al medio reconocimiento y prestigio para llegar a aquellas informaciones que no son de fácil acceso (Martini, 2000, p.21).

Todas estas barreras para discriminar un hecho que puede ser noticia están integrados en los periodistas que dan forma a la información. Todos los periodistas que trabajan en un medio tienen interiorizados estos criterios, pero quienes se encargan de aplicarlos con autoridad son los que en la sociología de la comunicación son llamados *gatekeepers* o guardabarreras. Este cargo, por lo general, es ejercido por editores o directores en los medios de comunicación, quienes deciden finalmente qué hechos serán investigados y finalmente publicados (Stange y Salinas, 2009, p. 15). Si bien no cuentan con el poder para decidir la publicación de un hecho, cada periodista dentro de los medios, desde el más antiguo al más novato (que comienza a aprender las rutinas de producción), sabe que su trabajo será evaluado por sus superiores, por lo que tienen en cuenta los criterios anteriormente mencionados para asegurar que su noticia pueda ver la luz (Tuchman, 1999, p. 201).

Otra de las dimensiones que resulta clave para la rutina periodística es aquella relacionada con el tratamiento de la información. En ese sentido, la objetividad se conforma como la piedra angular para resguardar que el evento sea tratado con la rigurosidad que requiere, por lo que este valor es permanentemente perseguido en las salas de redacción; es más, la objetividad es tan valorada en el medio que, incluso, trasciende a

él y pasa a formar parte del imaginario colectivo de lo que significa ser un buen periodista (Stange y Salinas, 2009, p. 11).

Sobre lo anterior, Tuchman (1999) identifica cuatro procedimientos que todo periodista utiliza para argumentar que su trabajo es objetivo. El primero de ellos se refiere a la presentación de posibilidades en conflicto, en donde el periodista se esmera por presentar ambos lados que conforman una historia. Es una contrastación básica de fuentes, en donde se parte con la afirmación de una fuente informativa a la que se es enfrentada una perspectiva contraria. El segundo corresponde a la presentación de evidencia que sustente la afirmación realizada por los periodistas, quienes utilizan diferentes adjetivos en sus relatos. Para que estos no sean considerados como una visión sesgada de un evento, el profesional debe utilizar datos que permitan sustentar sus afirmaciones. En tercer lugar, está el uso de un signo de ortografía: las comillas. Estos signos topográficos permiten al periodista usar la declaración de otra persona para sustentar su investigación e incluso para exponer lo que él mismo opina sobre un determinado asunto. Finalmente, el último procedimiento corresponde a lo que comúnmente se conoce como “la pirámide invertida”, aquella estrategia en la que la información es ordenada desde lo más importante hacia lo menos. Tuchman asegura que este mecanismo es el más problemático para los periodistas, puesto que la jerarquización de la información reside en un criterio individual, el cual puede ser fácilmente rechazado por su superior.

Todas estas dimensiones de la rutina periodística son, tal y como se ha mencionado anteriormente, comunes a todos los medios de comunicación. Ahora cabe preguntarse

cómo son las rutinas específicas de cada medio, ya que el soporte primario de cada uno de ellos tiene diferencias significativas. Los medios de comunicación, cabe destacar, ya no se especializan en un solo soporte. Gracias a los avances de las NTICs, los medios no se enfocan en un solo formato, ya que la prensa, la televisión y la radio cuentan con más de un soporte para difundir noticias. Por ejemplo, el periodismo televisivo no se limita a la producción de material audiovisual, ya que cada cadena televisiva cuenta con su página *web* donde existe una versión escrita de la nota hecha para la televisión. En la radio sucede un fenómeno similar, ya que las estaciones deben ser capaces de producir, además de los despachos en directo que son transmitidos, productos audiovisuales y textos para sus sitios *web*, situación que ocurre de igual forma con los periódicos.

El periodista multitarea

Esta multiplataforma que poseen los medios en la actualidad supone un reto para los periodistas, ya que especializarse en un solo medio muchas veces no es suficiente para llevar a cabo su trabajo. La llegada de internet, además del acceso por parte de la audiencia a dispositivos móviles que facilitan el consumo de información, ha provocado que los medios de comunicación reorganicen sus productos periodísticos para adaptarse a los nuevos tiempos (Rico, 2012).

“Todos estos avances (internet, formatos multimedia y computación en nube) son el origen de lo que se conoce como convergencia tecnológica que se reflejara en: la digitalización de los procesos de producción y difusión con los consiguientes cambios en las rutinas productivas; las nuevas formas de hacer y difundir la información (periódicos electrónicos, blogs, wikis, etc.); la adopción

de sistemas de gestión de contenidos multimedia y la proliferación de nuevos dispositivos receptores digitales (DVD portátiles, video, iPads, teléfonos móviles, etc.)” (pp. 105-106).

La tecnología conllevó una serie de desafíos para las empresas periodísticas, como el aumento de la carga de trabajo para los periodistas (por lo general, por el mismo salario), una disminución en los tiempos que cada profesional le dedicaba a la pieza periodística (lo cual explica, en parte, el aumento en el uso de fuentes externas de información, como las agencias) y la instauración de una lógica de trabajo en equipo, en donde la individualidad y la competencia que caracterizaban al buen periodista eran reemplazadas por una lógica en donde el trabajo propio es común a todos los profesionales que trabajan en el mismo medio (o en la misma empresa periodística, compartiendo la información entre diferentes medios de un mismo conglomerado). En otras palabras, el periodista pierde protagonismo como sujeto capaz de golpear con exclusivas, ya que la información que elabora no es necesariamente atribuida a su persona, sino que es utilizada de manera colectiva.

Rico (2012) nombra a este “nuevo” profesional de medios de comunicación como *periodista multimedia interactivo*. Las funciones que cumple están relacionadas con investigar no solo limitándose a las fuentes tradicionales, sino que también a las virtuales, como sitios *web*; grabar, editar y montar audio, videos e imágenes; actualizar constante y rápidamente el contenido multimedia y permanecer en contacto con la audiencia a través de redes sociales. De esta forma, la investigadora identifica una serie de puestos de trabajo que puede ostentar el periodista multimedia interactivo. Por ejemplo, el de redactor

multimedia, editor multimedia, documentalista multimedia, los que usualmente son acompañados por otros perfiles profesionales de otras áreas relacionadas a la tecnología, como los de arquitecto de información, *broker* de información, planificador de medios sociales, experto en SEO, responsable de tráfico *online*, analista *web*, desarrollador multimedia, *community manager*, *social media editor* y gestor de comentarios (pp. 110-112).

Zeller y Hermida (2015), al estudiar cómo la inmediatez y la interacción que permiten las NTICs a los medios de comunicación modifican las rutinas periodísticas, hallaron que el proceso tradicional mediante el que se procesaba información fue disuelto. Si en el periodismo tradicional un periodista estaba encargado de reportear, escribir y publicar la noticia, en la actualidad el proceso responde más a un sistema colectivo, en donde el periodista que recaba la información no es necesariamente quien se encarga de escribir la noticia (p. 110).

La importancia que han adquirido las nuevas tecnologías de la información no ha impactado únicamente en la especialización adicional que deben ostentar los periodistas en la actualidad, sino que también en las capacidades de responder oportunamente a eventos noticiosos. El trabajo de un periodista, en un medio de comunicación, siempre ha estado sujeto a la presión, como la de conseguir determinada fuente, cumplir con el cierre de ediciones o marcar la diferencia con la competencia accediendo a información exclusiva. Si bien en el presente estas presiones siguen formando parte de la rutina periodística, las NTICs las han intensificado en algunos aspectos y suavizado en otros.

Martini (2000) detalla que, en el caso de la prensa, “la frecuencia diaria hace a la noticia la construcción relatada de hechos que han sucedido en las últimas veinticuatro horas” (p.7), mientras que la noticia televisiva, en comparación, es presionada por los efectos de la inmediatez, a través de la transmisión en directo. Sobre este concepto, Schlesinger (1977) estudió las dinámicas temporales en un canal de televisión británico, la BBC, describiendo la inmediatez en los medios como el tiempo transcurrido entre un evento y su posterior divulgación como noticia:

“La forma pura de la inmediatez es la transmisión en 'vivo'. Un equipo de televisión está en la escena del hecho mientras está pasando, y el reporte es transmitido 'inmediatamente' al espectador o al auditor. Es más, está implícita la idea de que la audiencia está, a través de medios técnicos, 'presente' en el hecho. Esta idea está claramente fomentada por la moderna tecnología de la transmisión” (p. 340).

De esta forma, inmediatez es comprendida, para efectos de esta investigación, como la rapidez con la que se puede transmitir una noticia desde que se produce el hecho noticioso. Esta presión ejercida por las nuevas tecnologías es mucho más evidente en el caso de los periódicos que cuentan con su soporte digital, ya que la prensa está limitada en términos de inmediatez, pero posee más tiempo para desarrollar una noticia (Mellado et al., 2018, p. 5).

Cabe destacar que esta inmediatez no sólo será entendida en esta investigación en el sentido de la entrega del producto, sino que también en su producción. A diferencia de décadas pasadas, las NTICs permiten que una exclusiva sea, incluso, entregada en vivo y

en directo a través de una página *web*. Muchas veces no es necesario desplazarse hasta el lugar donde ocurrió el evento noticioso, ya que los múltiples reportes que hace la misma ciudadanía se convierten en la materia prima para el periodista digital. De hecho, la inmediatez ligada a la capacidad multimedia del periodista es fundamental. Zeller y Hermida (2015) explican que:

“Sitios web de noticias tienden a integrar diferentes modos de multimedia, tales como texto, imágenes, audio, video e hipervínculos. El formato tradicional de la comunicación bimodal que consistía en texto e imágenes se expandió a la cobertura de noticias que integran videos, audio, gráficos interactivos e hipervínculos (...) La noción de multimedia y su potencial de crear inmediatez (a través, por ejemplo, de videos) también surgió cuando los entrevistados hablaban sobre la imagen cambiante de los medios de comunicación. Los periodistas juzgaban que la integración de contenido multimedia influenciaba la percepción del público respecto a los medios de comunicación. Un periodista televisivo indicó que 'Creo que lo multimedia puede cambiar la relación, porque puede dar la impresión de que somos más inmediatos a los ojos de las personas'” (p. 111).

Por su parte, Mellado (2018) estima que, a diferencia de la prensa, el periodismo digital tiene ventajas asociadas a la inmediatez, rapidez e interactividad, entre otras, que tienen el potencial de influir en cómo el periodismo se ejerce y, por ende, en el tipo de contenido que es entregado a las audiencias (p. 4). En ese sentido, cabe destacar que los diferentes productos por los cuales se ofrece la información también responden a nuevas formas de consumo, por lo cual es importante caracterizar a sus audiencias.

Los consumidores del producto

Internet permitió acercar el contacto entre la audiencia y los medios de comunicación. Hace un par de décadas, la relación entre ambos sólo se daba en un ámbito acotado, como en las cartas al director. No obstante, en estos tiempos, la brecha es mínima y la mayoría de la gente puede opinar sobre el tema de las noticias producidas o directamente sobre la cobertura que se le dio a un hecho. Es más, la misma audiencia muchas veces se vuelve una parte fundamental en la rutina de un periodista al transformarse en fuente directa sobre algún hecho o una especie de periodista *amateur*, con figuras como los “caza noticias” que algunos medios han popularizado, en donde los espectadores envían registros de un tema en particular que los medios posteriormente utilizan para crear una nota.

De hecho, Mellado (2018) expone que entre las nuevas formas de practicar periodismo existen nuevas formas de relacionarse con las audiencias, a través de analíticas y la interacción a través de redes sociales que podrían tener un impacto en cómo se crean las noticias (p.4). Esto ha provocado que los medios de comunicación tengan en cuenta qué tipo de noticias son las que más impacto tienen entre la audiencia, a través de indicadores como comentarios en redes sociales y la interacción que tiene la gente con la publicación (reaccionar a ella a través de opciones como “me gusta” en *Facebook* o *retuitear* en *Twitter*, comentarla o compartirla).

La interacción de la gente con los medios de comunicación, mediada a través de las redes sociales, además tiene otro valor importante: permite reunir información sobre

qué tipo de información consume la gente, cuál genera más impacto y, de esta forma, encausar la producción de noticias de acuerdo a aquellos temas que más consume la audiencia. Zeller y Hermida (2015) indican al respecto que:

“La idea de interacción como proveedora de retroalimentación fue vista como beneficiosa por los entrevistados: 'Ahora consideramos el comportamiento de la gente sobre nuestro contenido y eso nos ha ayudado a darle forma al contenido que publicamos' (...) A otro entrevistado la interacción le parece que como una forma para mejorar el trabajo periodístico: 'No lo veo como lo que nosotros hagamos cambie a la audiencia. Más bien creo que es la audiencia la que nos cambia a nosotros’” (pp. 112-113).

Esta acumulación de datos que permiten las nuevas tecnologías sobre los consumidores es también conocida como *Big Data* (Zeller y Hermida, 2015, p. 114), la que ayuda a conocer cuáles son los gustos, intereses y preferencias de las audiencias. Esta herramienta ha provocado que la información no sea sólo considerada por los medios para darle cobertura a aquellos temas que más interacción logran entre la gente, sino que también ha fomentado la monetización de la información. En otras palabras, algunos contenidos logran vender más que otros y, en ese sentido, los medios de comunicación otorgan más cobertura a aquellos que logran mayor alcance entre la audiencia.

La publicidad en los medios, tal y como se mencionó anteriormente, ha sido uno de los pilares fundamentales para la existencia de las empresas periodísticas. Puesto que en Chile predomina un modelo en donde la información es más bien vista como un bien de consumo que como un servicio a la comunidad, la venta de propaganda comercial es

clave para que los medios existan (Lagos et al. 2011, p. 3). Si antes el gancho para que grandes empresas compraran publicidad en los medios de comunicación era a través de estadísticas como el tiraje de diarios o la audiencia según el *people meter*, las que en realidad no eran herramientas fieles y exactas sobre qué era lo más consumido por la gente, las nuevas tecnologías y la recolección de datos a través de las redes sociales sí permiten tener un panorama un poco más cercano a lo que el público consume. La interacción y el tráfico de visitas de las páginas *web* de los medios de comunicación se han convertido en el gancho actual para que las empresas decidan contratar publicidad en uno u otro medio. De esta forma, los intereses de la audiencia cobran aún más relevancia entre el área editorial de los medios de comunicación, ya que deben generar contenido atractivo para generar un tráfico adecuado y poder ofrecer espacio publicitario seguro.

Schlesinger y Doyle (2014), al estudiar el caso de los periódicos *Financial Time* y *The Telegraph*, agregan que el objetivo de estos medios de comunicación es buscar una mayor participación y compromiso del lector para alejarse del modelo de publicidad y generar ganancias a través del cobro de suscripciones *online*. Este fenómeno, explican, se debe a que la publicidad es vista como un recurso incierto que está sujeto a las variaciones del mercado, por lo que basar enteramente la subsistencia del medio en la publicidad puede resultar riesgoso (p.7).

Las nuevas tecnologías han pavimentado el camino para muchas nuevas formas de prácticas, consumo y transmisión de la información, tal y como ha quedado planteado en las páginas anteriores. Por esto resulta importante determinar cómo han podido modificar

las rutinas periodísticas no solo en aspectos de cómo ejerce la profesión el periodista, sino también en cómo los medios utilizan estas herramientas a su favor, interrogantes que buscarán una respuesta en la presente investigación.

CAPÍTULO 3

MARCO METODOLÓGICO

La presente investigación tiene como objetivo central describir la rutina periodística con la que se elabora el contenido digital en un periódico impreso a través de una investigación cualitativa, de índole crítico. A continuación, se expondrá el diseño metodológico que la guiará, determinando los casos que se estudiarán y la forma en que se abordarán. En una primera aproximación, se identificarán los medios que serán observados y los motivos que justifican tal elección.

Como el fin de la investigación es determinar si la rutina tradicional de los periodistas se ha podido ver afectada por las nuevas tecnologías, el estudio está acotado a la observación de los periódicos *La Tercera* y *El Mercurio*, los dos diarios más relevantes a nivel nacional no solo por la historia con la que cuentan, sino también por concentrar las mayores inversiones en publicidad en la prensa escrita (Corrales y Sandoval, 2005, p. 10). Además, ambos periódicos cuentan con circulación en todo el país y son los más importantes para sus empresas controladoras: Copesa S.A. y El Mercurio S.A.P., respectivamente. Ambos medios cuentan con páginas *web* (*LaTercera.com* y *Emol.com*), por lo que es posible contrastar cómo las nuevas tecnologías, en este caso representadas en las páginas *online*, pueden influir en una rutina ampliamente estudiada (la de los medios impresos), tal como se ha expuesto en el capítulo anterior.

Para lograr esto se utilizarán técnicas combinadas: entrevistas semiestructuradas a editores y periodistas de los medios y el análisis de contenido aplicado a un hecho noticioso cubierto por ambos medios, con el fin de ver el correlato que hay entre el trabajo que se da en la sala de redacción y el producto final periodístico. El hecho escogido es la muerte del comunero mapuche Camilo Catrillanca, cuyos detalles y argumentación se explicarán más adelante.

Los casos de estudio

La elección de *La Tercera* y *El Mercurio* como medios para observar las rutinas periodísticas corresponde a que ambos tienen una gran influencia en las cúpulas de poder (tanto políticas como económicas), por lo que los hechos que cubren, por lo general, tienen un nivel de importancia clave para las élites de Chile. Dicha situación no es nueva, ya que estos medios se han caracterizado por jugar papeles importantes en el acontecer nacional de las últimas décadas. Por este motivo, antes de explicar las técnicas de investigación que se utilizarán, resulta necesario argumentar la selección de estos dos periódicos como universo de estudio.

La Tercera

La Tercera es uno de los diarios con mayor peso a nivel nacional no sólo por el papel que ha ocupado en la historia contemporánea de Chile, sino que también por pertenecer a una de las dos mayores empresas de periodismo en Chile: el Grupo Copesa (Consortio Periodístico S.A.). Este *holding* de medios de comunicación no se limita solamente a periódicos como *La Tercera*, de un corte más serio y analítico sobre el

escenario nacional (tanto en materia política, como económica, social y mundial), sino que también a aquellos dirigidos a estratos socioeconómicos más bajos, como *La Cuarta*, y a un público más general, como el diario gratuito *La Hora*, que se reparte en estaciones de Metro. Además, la empresa cuenta con el periódico regional el *Diario de Concepción* y la *Revista Paula*. Los productos periodísticos del consorcio también consideran presencia en el espectro radioeléctrico, con las radios *Duna FM*, *Beethoven* (hasta noviembre de 2019), *Zero* y *Disney*, y en los últimos años ha desarrollado fuertemente su presencia en internet, con las versiones digitales de sus periódicos y con subproductos de éstos, como sitios especializados. Copesa, además, cuenta con su propio servicio de distribución, la empresa *Meta*.

El Grupo Copesa es controlado, en su mayoría, por el empresario Álvaro Saieh Bendeck, quien cuenta con el 83,33% de la propiedad, tal y como se lee en la Declaración de intereses de la empresa¹. Además, existen otras compañías vinculadas al Grupo Copesa, como bancos (Corpgroup, Itaú Corpbanca, Corpbanca Colombia y Banco Condell), tiendas de *retail* (Unimarc, Mayorista 10, Alvi, OK Market, entre otras) e inmobiliarias (VivoCorp, *malls* Vivo, hoteles, entre otras).

Saieh comenzó a acumular su riqueza en la década de los setenta, con las empresas Sociedad General de Comercio (Sogeco) y Coloso, que prestaban maquinarias agrícolas para el Ejército. Posteriormente, constituiría, junto a su mujer, la sociedad Compañía de Inversiones Saga Limitada, mientras consolidaba su influencia en el mundo económico

¹ Disponible en <http://www.grupocopesa.cl/declaracion/>.

desde la Universidad de Chile, en donde se desempeñaba como decano de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas (Mönckeberg, 2009, pp. 149-150). Sin embargo, no sería hasta 1986 cuando lograría uno de sus mayores negocios: la adquisición del Banco Osorno y la Unión, junto a los hermanos Abumohor. Este banco había sido una de las instituciones intervenidas por el Estado. Durante el gobierno de la Unidad popular (1970-1973) fue estatizado y, después del golpe, sería privatizado entre 1975 y 1976 (Riquelme, s.f.). El banco fue adquirido en diez millones de dólares por la crisis financiera que atravesaba; diez años después, el banco ya estaba recuperado y era vendido al Banco Santander en casi quinientos millones de dólares (pp. 157-158). La adquisición de Copesa por parte de Álvaro Saieh se dio hacia fines de los años 80, cuando la empresa dominada por la familia Picó Cañas afrontaba profundas deudas que implicaban que el Estado fuera dueño de un 70% de ella. La transacción se realizó en noviembre de 1989 (p. 209).

Copesa surgió como consorcio en la década de los 50, fundada por la familia Picó Cañas. Durante la época contaba con la propiedad de *La Hora*, periódico fundado en 1935 como un medio opositor al segundo gobierno de Arturo Alessandri. Hacia 1950 pasó a ser reformado y se convirtió en *La Tercera de la Hora*, un vespertino con un carácter más empresarial. *La Hora* dejó de circular en agosto de 1951 y sólo volvería a ser reimpressa en 1997, transformada en un diario gratuito (Santa Cruz, 2015, p. 106). *La Tercera* fue fundada en 1950 y tenía más bien un enfoque popular, con una dedicación especial a temas deportivos y policiales. Fue hacia 1970 que adoptó el estilo de un diario liberal moderno, con una gran cobertura noticiosa y una buena cantidad de publicidad (p.100).

Copesa en la actualidad

Siendo un periódico de circulación diaria y de nivel nacional, *La Tercera* es uno de los medios impresos con mayor circulación en Chile y uno de los más leídos (de acuerdo al Panel de Lectoría de Periódicos), posicionándose por debajo de *El Mercurio*, y por sobre *La Cuarta* y *Las Últimas Noticias*. Con un formato tabloide y de tendencia política ligada a la centroderecha, *La Tercera* ya cuenta con 70 años de historia en el país y con una serie de transformaciones en su estilo y en sus formatos, que la han posicionado, al día de hoy, como uno de los dos diarios más importantes para la vida política en Chile.

Durante los últimos años de la presente década, *La Tercera* ha implementado transformaciones para responder al contexto económico del país y a las demandas de los lectores. En el primer caso, hace tres años, el Grupo Copesa comenzó una serie de reestructuraciones en sus diferentes productos periodísticos que repercutirían directamente en la conformación del tabloide. Durante julio del 2017, el consorcio se mudó desde el edificio corporativo que utilizaba en Vicuña Mackenna, en la comuna de Ñuñoa, a un recién inaugurado edificio en Apoquindo 4660, en Las Condes. De acuerdo al mismo medio, en el caso puntual de *La Tercera*, el cambio “permitirá potenciar el desarrollo del proyecto multiplataforma, que incluye como prioridad la dimensión digital a través de *LaTercera.com* y de propuestas como las transmisiones diarias de contenidos audiovisuales desde la nueva sala de redacción, potenciadas con el estreno de un nuevo estudio de TV de última generación” (Rodríguez, 2017).

En marzo de ese mismo año, Copesa anunció que *La Tercera* absorbería el trabajo del suplemento *Pulso*, publicación centrada en negocios que circulaba junto al diario, de lunes a viernes. Es así como en esa oportunidad se despidió a una veintena de periodistas que trabajaban exclusivamente en ese medio el que, desde el 19 de marzo de 2017, comenzó a circular de lunes a domingo junto a *La Tercera*. Este fue el primero de los grandes cambios realizados por la compañía en sus medios.

Dos meses después, el conglomerado anunció el despido de los equipos periodísticos de las revistas *Paula* y *Qué Pasa*, marcas que continuarían bajo el alero de *La Tercera*: el trabajo de la revista dedicada a la mujer, con cincuenta años de historia, sería asumido por el equipo de la *Revista Mujer*, la que posteriormente cambió de nombre para mantener la tradición de *Paula*. La circulación pasó de quincenal a semanal. En tanto, en el caso de *Qué Pasa*, la revista de actualidad cesó su circulación en formato de papel y pasó a ser un proyecto digital de Copesa, el que tendría como fin complementar iniciativas como *La Tercera PM*, el “primer diario digital de la tarde”. En este caso, el trabajo sería asumido por los periodistas de prensa de *La Tercera*.

El ciclo de reformas dentro del conglomerado concluyó en julio del 2018 con el despido del equipo periodístico del diario *La Hora*, periódico distribuido de manera gratuita de lunes a viernes en estaciones de Metro. Sin embargo, en este caso, el trabajo periodístico fue asumido por los periodistas del diario *La Cuarta*.

Respecto a los cambios de *La Tercera* por las demandas de los lectores, estos están centrados en una ampliación y reforzamiento de sus productos digitales, como la versión

web de *La Tercera*, y los sitios especializados *Culto* (música, series, libros, cine, arte y ciudad), *Mouse* (ciencia, tecnología, tendencias y cultura pop), *Glamorama* (espectáculos y farándula) y *Biut* (moda, belleza y salud orientado hacia el público femenino).

En el caso puntual de *La Tercera*, tanto su versión impresa como la digital eran dos medios independientes entre sí, hasta que el año 2015 se fusionaron las redacciones de ambos formatos. Hasta ese año, cada uno de los soportes tenía su propio equipo de periodistas, y cada uno de ellos producía material teniendo en mente el medio para el cual trabajaban. Desde la fusión de las redacciones, hace cinco años, el contenido que aparece en uno de los soportes perfectamente puede ser republicado en el otro. Por ejemplo, una nota de economía en la edición impresa se puede encontrar íntegra en el sitio *LaTercera.com*.

Si bien la reestructuración del medio para incorporar las nuevas tecnologías a su quehacer comenzó hace más de cinco años (periodo que podría aumentar, si consideramos como punto de partida la creación de *La Tercera en Internet*, en 1997), durante estos últimos años *La Tercera* continúa implementando cambios, siendo el más reciente el que apunta a consolidar en solo una redacción los dos formatos, el papel y el digital.

Actualmente, *La Tercera* ofrece tres tipos de planes: digital, digital más impreso, y digital más *The Wall Street Journal*. Todos tienen como base acceso ilimitado a *La Tercera*, *La Tercera PM*, *Pulso*, *Culto*, *Paula*, *Qué Pasa* y *Más Deco*, además de acceder al *early access*, recibir *newsletters* y *podcasts*, y los beneficios del *Club La Tercera*. El primer plan cuesta \$4.990 mensuales, el segundo \$6.990 y el tercero \$10.990.

El Mercurio

Si anteriormente se destacaba que *La Tercera* era uno de los periódicos más importantes a nivel nacional, no caben dudas de que el otro es *El Mercurio*. Más de cien años de historia hacen a este diario no sólo el más antiguo a nivel nacional, sino que también el más influyente en la historia contemporánea de Chile.

La edición más importante de *El Mercurio*, la de Santiago, fue fundada el 1 de junio de 1900, sin embargo, su origen se remonta a 1827 con la creación de *El Mercurio de Valparaíso* -aún en circulación-. La relevancia de *El Mercurio* en la historia de Chile no es posible comprenderla sin antes mencionar a la familia Edwards, una de las más poderosas de Chile.

La tercera generación de la familia Edwards fue la que comenzó a incursionar en el mundo periodístico, cuando Agustín Edwards Ross adquirió, en 1879, el periódico *El Mercurio de Valparaíso* (Mönckeberg, 2009, p. 77).

La compra del diario porteño fue posible gracias a la fortuna que había acumulado su padre, Agustín Edwards Ossandón, sexto hijo del matrimonio entre Jorge Edwards Brown -el primer Edwards en Chile- e Isabel Ossandón Irribarren (Nazer, 2000). Edwards Ossandón se hizo millonario gracias a su incursión como habilitador en la minería: el oficio consistía en préstamos de dinero o mercadería para los mineros, quienes después le retribuían lo prestado en metales, los cuales después revendía. Sus ganancias posteriormente las comenzó a invertir en diversos sectores; uno de ellos fue el de las

aseguradoras, al crear la Compañía Chilena de Seguros. También fundó el Banco de A. Edwards y Cía. De acuerdo a Nazer, Edwards Ossandón:

“(…) podría ser catalogado como el hombre más rico de nuestra historia republicana, considerando que, según el último ranking 1999 de millonarios de la revista *Forbes*, los hombres más ricos son actualmente Anacleto Angelini con 1.600 millones de dólares y Andrónico Luksic con 1.500 millones de dólares” (2000, párr.7).

El historiador calculó cuál sería el porcentaje del PIB de la época al que correspondería la fortuna de Agustín Edwards, cifrando el monto en más de 3.200 millones de dólares.

Desde entonces, la importancia y la influencia que tendría la familia Edwards en Chile acompañarían la historia del país en las décadas venideras, en las que sólo aumentaría la fortuna y el poder que tendría el clan en el territorio nacional. Al morir en 1897, Agustín Edwards Ross, el patriarca, legó sus posesiones a sus hijos y le encomendó a su primogénito, Agustín Edwards Mac-Clure, que el diario nunca saliera de la familia (Mönckeberg, 2009, p.78), lo que hasta el día de hoy se mantiene. Justamente fue Edwards Mac-Clure quien fundó *El Mercurio* de Santiago en junio de 1900, mismo año en que creó, meses después, *Las Últimas Noticias*.

Además, Edwards Mac-Clure fue clave en repensar la lógica de la prensa de la época, ya que su intención era implementar una serie de medidas que fueran innovadoras no solo en lo editorial, sino que también en cómo se comprendía el mercado de la información, tal y como detallan Bernedo y Arriagada (2002). En este último aspecto, Edwards Mac-Clure implementó un sistema que contemplaba dos ediciones del periódico,

una matutina y otra vespertina, como así también nuevas tarifas para el avisaje y la suscripción. En el área editorial, la práctica exigida a los periodistas del periódico consistía en un reporteo más exhaustivo, la proposición de temas propios, más allá de solo replicar información de fuentes oficiales, y también mantener neutralidad frente al acontecer político. La inspiración para estos cambios la encontró en empresarios europeos y estadounidenses que habían impulsado con éxito estas y otras medidas en sus propios medios de comunicación. Aparte de los cambios editoriales y en el financiamiento de la empresa periodística, Edwards Mac-Clure apostó también por la implementación de nuevas tecnologías que no se limitaban solamente a la producción del diario, sino que también a su distribución.

Continuando con la dinastía de los Edwards, de acuerdo a la historiadora Sofía Correa (2004), el cuarto Agustín (Edwards Budge) ejerció una importante influencia en la política económica del segundo gobierno de Carlos Ibáñez del Campo (1952-1958), a través de editoriales y columnas que publicó en *El Mercurio* de Santiago. En las páginas del periódico se proponía un nuevo modelo de desarrollo económico, tras asegurar que el país se encontraba en una crisis desde el año 1939 con la dirigencia del Frente Popular (pp. 230-234). En el ámbito familiar, Agustín Edwards Budge se convertiría en el padre de cuatro hijos, cuyo primogénito se transformaría en uno de los hombres más influyentes de la historia contemporánea de Chile: Agustín Edwards Eastman.

El quinto de los Agustines asumió las riendas de la familia a los 24 años, cuando su padre falleció en 1957. Según María Olivia Mönckeberg (2009), Agustín Edwards tuvo

una completa y variada educación, la que incluyó estudios en Inglaterra y Estados Unidos, incluso teniendo una estadía en el *New York Times*. Gracias a su formación, Edwards logró mantener el legado familiar intacto, incluso aumentando su influencia en la opinión pública, la economía -con la posesión de bancos y comercio- y la política:

“En 1970, Edwards participaba en alrededor de cuarenta sociedades, de las cuales controlaba 26, de acuerdo al Mapa de la extrema riqueza de Fernando Dahse. Era dueño en un ciento por ciento de la Compañía Mobiliaria e Inmobiliaria Tierra Amarilla; de la Compañía de Seguros La Chilena Consolidada; de la Empresa El Mercurio S.A.P.; de la Editorial Lord Cochrane; y de un 95 por ciento de la Compañía Agrochilena. Tenía el control del 80 por ciento del Banco Edwards; 75 por ciento de la Compañía de Seguros La Lautaro, y 25 por ciento en otras aseguradoras, como Provincias del Norte, La Victoria y Alma Mater” (p. 91).

Probablemente, la influencia más evidente de *El Mercurio* en la historia chilena ocurrió en la década de los 70, con la Unidad Popular. Debido a que Salvador Allende no alcanzó la mayoría absoluta en los comicios de septiembre de 1970, era el Congreso el encargado, de acuerdo a la Constitución de 1925, de ratificar la primera mayoría. Dos días después de las elecciones, *El Mercurio* intentó persuadir a los parlamentarios demócratacristianos de votar contra Allende, argumentando que dos tercios de la población chilena no habían votado por él (Correa, Figueroa, Jocelyn-Holt, Rolle y Vicuña, 2001, p. 264).

De hecho, es de público conocimiento el financiamiento que recibió *El Mercurio* por parte del gobierno de Estados Unidos para evitar que Salvador Allende llegara a la presidencia, como así también lo son los fondos que recibió cuando el socialista ya se

encontraba en La Moneda, con el fin de desestabilizar su mandato. Mönckeberg (2009) detalla que fue el 19 de septiembre del 2000 cuando se conocieron públicamente los documentos que confirmaban esta situación, los que hasta la fecha solo se consideraban rumores y teorías conspirativas por parte de la oposición al régimen militar (p. 93).

Esta estrategia fue continua durante todo el Gobierno de Allende. Luego, *El Mercurio* asumió el rol de legitimar el régimen militar tras el golpe de Estado de 1973, sobre todo a través de su periódico *La Segunda*. En la época de la Unidad Popular, tal y como explica Santa Cruz, la prensa opositora “politizó todas las áreas de la vida cotidiana y sirvió de fermento a las manifestaciones callejeras, los sabotajes económicos, las ocupaciones de escuelas, colegios y universidades, los paros patronales, los atentados explosivos, etc.” (2014, p. 153). Posteriormente, cuando la dictadura militar ya era una realidad y necesitaba afianzarse en el poder, los medios de comunicación jugaron un papel crucial, tal y como detalla Santa Cruz (2015):

“La censura directa y la imposición de la autocensura fragmentaron arbitrariamente la realidad publicable y fueron mecanismos permanentes. Dicha política contó con el apoyo explícito de los grandes monopolios de la prensa (*El Mercurio* y Copesa), quienes se vieron favorecidos por esta ‘limpieza’ del mercado y, además, de sectores de periodistas que habían participado en la lucha contra el gobierno de la Unidad Popular” (p. 178).

El quinto Agustín, probablemente, fue el más poderoso de todos los Agustines Edwards. Toda la influencia que ejerció el imperio mercurial fue gracias a los contactos que tuvo Edwards Eastman, quien se fue del país durante la época de la Unidad Popular a Estados Unidos, donde se desempeñó como vicepresidente de *Pepsi Cola*. En esa época,

además, mantuvo un constante contacto con la CIA, la principal benefactora del periódico familiar (Mönckeberg, 2009, pp. 97-99). Ya en dictadura, su influencia se vio reflejada en la composición política del nuevo régimen, con nombres que estuvieron estrechamente ligados a *El Mercurio*, tal y como se detalla profundamente en *Los magnates de la prensa*.

Edwards Eastman murió a los 89 años, en abril de 2017 y, con él, la tradición de los Agustines dirigiendo las empresas familiares. Su primogénito, Agustín Edwards del Río, optó por una vida alejada de la carga familiar y se conformó con la dirección de *Las Últimas Noticias*, logrando convertir al periódico en una marca rentable; su hermano menor, Cristián Edwards del Río -el cuarto hijo-, fue el elegido para suceder a su padre.

***El Mercurio* ahora**

Junto con el retorno a la democracia, la llegada de nuevas tecnologías y la diversificación de la clase dominante en Chile, *El Mercurio* vio cómo su poder se debilitaba. A pesar de esto continúa siendo, hasta hoy, una voz autorizada y poderosa dentro del espectro político.

En la actualidad, *El Mercurio* podría describirse como un diario “chapado a la antigua”, donde el periodismo se practica de una forma más tradicional. A diferencia de *La Tercera*, en la que el área digital es primordial en el quehacer periodístico del diario, en *El Mercurio* lo que no se pierde de vista es la versión impresa del periódico. Por supuesto que una información de último momento es considerada dentro del reporte del día, lo que implica muy posiblemente la modificación de una nota puntual, pero *El Mercurio* no se encarga de transmitir ese tipo de información de manera inmediata porque

el medio apunta a un contenido de más profundidad, lo que implica sacrificar, en parte, la inmediatez. Quien se encarga de asumir la tarea de reportar información de último minuto es *El Mercurio On Line (Emol)*, medio digital de El Mercurio S.A.P. que, a pesar de que su nombre da a entender que es la versión *web* del periódico impreso, es un medio completamente independiente y no guardan relación entre sí.

A agosto de 2019, la suscripción al plan digital de *El Mercurio* tenía un costo de \$13.490 mensuales, con una promoción especial en la que el primer mes solo se pagan \$1.000. El contrato dura un año y permitía leer la versión digitalizada de *El Mercurio* y todas sus revistas, revisar ediciones anteriores y acceder a la publicación del día siguiente por adelantado. También era posible contratar el plan que incluye la versión física del diario, con un pago mensual de \$14.990.

Los dos diarios presentados serán los casos de estudio de esta investigación sobre los cambios de rutina periodística respecto a la digitalización de la prensa. Para lograr esto, se utilizarán técnicas de investigación como la entrevista semiestructurada y análisis de contenido, las que serán explicadas en el próximo subcapítulo metodológico.

Técnicas de investigación

Tanto la entrevista semiestructurada como el análisis de contenido serán aplicadas en torno a la observación de un hecho noticioso cubierto por *La Tercera* y *El Mercurio*, con el fin de acotar el estudio a un caso determinado. En ese sentido, el caso periodístico que se observará es la cobertura al asesinato del comunero mapuche Camilo Catrillanca (2018), caso muy bullado, públicamente hablando, hasta la fecha.

Dado que la rutina periodística no sólo varía dependiendo del medio, sino que también de la sección y el área a cubrir, para estandarizar la observación de cómo trabajan los periodistas se decidió utilizar un estudio de caso para poder comparar cómo varían las rutinas en términos similares.

De acuerdo a Vaus (2001, p. 219), el estudio de caso no logra tener una concepción única y, por lo general, en las ciencias sociales su discusión carece de sistematización y consenso en su definición. Es así como se considerará para esta investigación la definición que aporta Gerring: “propongo definir el estudio de caso como un estudio intensivo de una unidad con el propósito de entender un conjunto mayor compuesto por unidades similares” (Gerring, 2015, p. 82).

Entrevista semiestructurada

La entrevista cualitativa es una técnica de investigación que busca obtener datos mediante preguntas a los sujetos estudiados, comprendiendo sus categorías mentales, sus interpretaciones, sus percepciones y sentimientos, como así también los motivos de sus actos (Corbetta, 2007, p. 344).

Debido a que la rutina periodística puede variar dependiendo de cada medio, como así también del soporte que éste posea, la entrevista semiestructurada resulta una técnica factible para indagar cómo trabaja el periodista que se desempeña en alguno de los medios de Copesa o El Mercurio S.A.P. Por este mismo motivo es que se descarta la utilización de entrevistas estructuradas, ya que la especificidad de cada medio determina la forma en que trabaja el periodista en la sala de redacción.

De esta forma, la entrevista semiestructurada se conforma como una técnica afín a los objetivos que se buscan lograr. De acuerdo a lo planteado por Corbetta (2007, pp. 352-353), las principales características de este tipo de técnica son:

- El guión del entrevistador puede ser más o menos detallado, ya que puede ser una lista de temas a tratar o formularse de manera más analítica en forma de preguntas con carácter más general.
- El entrevistador puede plantear la conversación de la forma que desee, proponer las preguntas que considere oportunas y hacerlo en los términos que le parezcan convenientes.
- Además, puede pedir al entrevistado que aclare algo que no entiende o que profundice sobre algún aspecto cuando lo estime necesario.

Con la utilización de la entrevista semiestructurada se espera determinar cómo es la forma en que se trabaja en cada medio observado, además de recolectar versiones de periodistas que trabajaron en la cobertura del asesinato de Camilo Catrillanca y cómo se logró dicho trabajo.

Análisis de contenido

A diferencia de las otras técnicas que se utilizaron en esta investigación, el análisis de contenido tiene una naturaleza cuantitativa que permite codificar el contenido que se pretende analizar. Citando a Berelson, López detalla que el análisis de contenido es una técnica que pretende ser objetiva, sistemática y cuantitativa en el estudio del contenido manifiesto de la comunicación (López, 2002, p. 173).

En tanto, reseñando a Hostil y Stone, Andréu destaca que otra característica de esta técnica consiste en realizar “inferencias que se refieren fundamentalmente a la comunicación simbólicas o mensaje de los datos, que tratan en general, de fenómenos distintos de aquellos que son directamente observables” (Andréu, 2000, p. 3).

Uno de los propósitos básicos del análisis de contenido es la identificación de determinados elementos componentes de documentos escritos, entre los que se encuentran letras, sílabas, palabras, caracteres, secciones, asuntos, entre otros, y su posterior clasificación en variables y categorías para la explicación de fenómenos sociales. Fernández destaca una serie de usos de esta técnica, entre los que se pueden encontrar la descripción de tendencias y develar semejanzas o diferencias en el contenido de la comunicación escrita, analizar el contenido de las comunicaciones y comparar el contenido de la comunicación por medio de la investigación de los medios y niveles utilizados (Fernández, 2002, p. 37).

Una vez identificado el caso de estudio a utilizar para esta investigación, el análisis de contenido fue aplicado para determinar categorías y codificar la información del corpus utilizada, con el fin de inferir posibles prácticas periodísticas que, luego, serán cotejadas con las entrevistas realizadas.

A través del análisis de contenido se espera obtener información sobre utilización de fuentes, identificación de periodistas que cubrieron el caso, espacio destinado a la cobertura, en qué secciones fueron publicados los productos periodísticos, qué géneros predominaban, entre otros datos.

Detalle de la muestra

Para realizar la investigación y determinar cómo han influido las nuevas tecnologías en la rutina de los periodistas, se realizará el siguiente trabajo muestral a *La Tercera* y su versión digital, como así también a *El Mercurio* y a *Emol*.

Caso de estudio

Para observar cómo se materializa el trabajo que realizan los periodistas producto de su rutina, se propone utilizar un caso mediático con el fin de que los resultados puedan ser comparados bajo los mismos parámetros.

En ese aspecto, un caso que generó gran expectación y cobertura mediática fue el asesinato el 14 de noviembre de 2018 de Camilo Catrillanca, un comunero mapuche de 24 años. El joven murió tras recibir un disparo percutado por un carabinero que conformaba el “Comando Jungla”, una unidad dentro de Carabineros especializada en operaciones antiterroristas.

El caso es interesante de analizar, desde una perspectiva comunicacional, debido a que la cobertura que se le dio desde los medios se vio en la obligación de ser rectificada, poniendo bajo el escrutinio público el rol de la prensa. El periodismo chileno, en donde se incluye *La Tercera*, *El Mercurio* y las plataformas digitales, difundió la versión oficial que daba cuenta del fallecimiento de Catrillanca, la que consistía en presentarlo como un delincuente que asaltó a un grupo de docentes.

Investigaciones posteriores determinaron que fueron los policías que participaron en el operativo quienes mintieron y ocultaron información (Vedoya, 2018). Tanto altos mandos de Carabineros como ministros de Estado entregaron como verídica la información manipulada, la que fue replicada por distintos medios de comunicación.

Análisis de contenido

Debido a que la producción de noticias es de un volumen muy grande, superando el centenar de notas en sólo 16 días, el corpus para el análisis de contenido implicará el rastreo de las notas publicadas en los cuatro soportes entre el 14 de noviembre, fecha en que fue asesinado el comunero, y el 21 de diciembre, fecha en que se removió, en un hecho sin precedentes, al general director de Carabineros por su manejo en el hecho que terminó con la vida del joven. Se decidió esta fecha como término del corpus por ser la primera baja política en la que el Gobierno estuvo obligado a intervenir, como una forma de dar una señal política por el manejo comunicacional que tuvo del tema.

Además, las notas seleccionadas para la muestra deben estar publicadas en las secciones Nacional, Política o Temas del día y, en el caso de los medios digitales, en las secciones Nacional, Política, *La Tercera PM* y *La Tercera TV*, y deben contener alguno de los siguientes requisitos:

- Contar con fuentes oficiales como el Presidente Sebastián Piñera, el Ministerio del Interior, la Intendencia de La Araucanía o Carabineros refiriéndose al operativo del Comando Jungla.

- Contar con fuentes ligadas a la familia Catrillanca refiriéndose al operativo del Comando Jungla. Las comunidades mapuches como fuentes no fueron consideradas porque en su mayoría se referían al conflicto mapuche y no al operativo en sí.
- Contar con fuentes ligadas a la investigación judicial, como el Ministerio Público o querellas presentadas por organismos como el Instituto Nacional de Derechos Humanos que aporten antecedentes al operativo del Comando Jungla.
- Referirse a la salida de autoridades políticas y policiales por su posible responsabilidad o manejo en el caso Catrillanca.

Entrevistas

En total se contempló la realización de ocho entrevistas como mínimo, cuatro por cada grupo identificado: editores y periodistas. Cabe destacar que debido a que el caso escogido para analizar es sensible y aún se encuentra en curso, las identidades de los profesionales que accedieron a otorgar la entrevista para esta investigación son de carácter de reservado.

- Se realizó una entrevista a un editor de cada medio para determinar la forma de trabajo en las salas de redacción, cómo se distribuyen los temas y cómo es la dinámica en general. Es decir, se realizaron cuatro entrevistas a editores.

- Además, se realizó al menos una entrevista a periodistas que hayan cubierto el asesinato de Camilo Catrillanca. De esta forma, se realizaron, como mínimo, cuatro entrevistas a periodistas de cada uno de los medios.

Codificación

Las notas de la muestra fueron sometidas a la siguiente codificación para estudiar posteriormente los resultados:

1. Identificación			
	Nombre archivo	En el caso de las notas impresas, las notas seleccionadas fueron identificadas mediante el siguiente formato: Iniciales Periódico_Año Mes Día_Página.	
		En el caso de las notas digitales, las notas seleccionadas fueron identificadas mediante su hipervínculo.	
	Empresa	Copesa S.A.	Aquellas notas pertenecientes a <i>La Tercera</i> impresa o digital.

		El Mercurio S.A.P.	Aquellas notas pertenecientes a <i>El Mercurio</i> o <i>Emol</i> .
	Soporte	Impreso	Aquellas notas pertenecientes a <i>La Tercera</i> impresa o <i>El Mercurio</i> .
		Digital	Aquellas notas pertenecientes a <i>La Tercera</i> digital o <i>Emol</i> .
	¿Fue replicada?	Sí	Este identificador hace referencia a aquellas notas que, originalmente publicadas en uno de los soportes, luego fueron replicadas, íntegramente, en su otra versión. En este caso, para evitar notas duplicadas, se consideraron como originarias de los medios impresos todas las notas que aparecen publicadas en <i>La Tercera</i> impresa o <i>El Mercurio</i> ; mientras que las notas exclusivas de la edición digital de <i>La Tercera</i> hacen referencia a aquellas
		No	

			publicadas solo en <i>La Tercera PM.</i>
--	--	--	--

2. Ubicación			
	Fecha	Fecha en la que fue publicada la nota.	
	Portada	Sí	Indicador para saber si la nota fue anunciada en la portada del medio.
		No	
		No aplica (nota digital)	
	Sección	Temas de hoy	
		Nacional	
		Política	
		Digital	Aquellas notas que aparecieron publicadas en <i>La Tercera PM</i> o <i>La Tercera TV.</i>
	Género	Nota informativa	Se entenderá como noticia aquel texto donde se comunica con exactitud y eficacia un hecho nuevo.
		Entrevista	Respecto a la entrevista, esta será entendida como un texto donde se interroga, de manera exclusiva, a una sola fuente sobre un tema determinado.

	Reportaje	Los reportajes serán aquellos textos donde no solo se comunique un solo hecho nuevo, sino que también aporte otro tipo de información para comprender un hecho concreto, como antecedentes sobre un tema en particular que no hayan sido dados a conocer con anterioridad.
	Recuadro o nota secundaria	Aquellos textos que bien son breves y no cuentan con bajada ni epígrafe, o aquellos textos que entregan información destacada dentro de un texto más grande.
	Fotografía con texto	Se refiere a publicaciones donde la imagen es lo central y el texto una información precisa sintetizada en una frase o dos.
	Otro	Publicaciones digitales donde se presenta el artículo como otro tipo de formato, como videos o audios.

3. Componentes				
	Título	Título con el que apareció publicada la nota		
	Recuadros o notas secundarias	Sí	Indicador que se refiere a si la nota principal tenía recuadros o notas secundarias.	
		No		
	Material de apoyo	No	La nota no cuenta con ningún material de apoyo.	
		Fotografías	La nota cuenta con una o más fotografías.	
		Línea de tiempo	Se destacan fechas acompañadas de hechos para comprender la información entregada.	
		Mapas	Se genera un mapa para georreferenciar al lector.	
		Gráficos	La nota cuenta con gráficos para acompañar datos explicados en el texto.	
		Datos destacados	Se destacan datos o cuñas.	

		Ilustraciones	La nota está acompañada de una ilustración.	
		Videos	La nota incluye videos sobre el tema cubierto.	
		Audios	La nota incluye audios sobre el tema cubierto.	
		Hipervínculos	La nota genera hipervínculos en sus versiones <i>web</i> para ampliar la información presentada o para relacionarla con temas similares.	
		Documentos	Se incluyen documentos para ampliar información.	
		Inserto de redes sociales	Se inserta código de plataformas como <i>Twitter, Facebook, Instagram</i> , u otras redes sociales, para acompañar la nota principal.	
		Minuto a minuto	Se actualiza constantemente un hecho en desarrollo.	
	Tamaño de la nota	Versión impresa	Entre 1% y 10%	Notas breves o

				recuadros .
			Entre 11% y 25%	Hasta un cuarto de la página.
			Entre el 26% y 49%	Más de un cuarto y menos de la mitad de página.
			El 50%	La mitad de la página.
			Entre el 51% y el 75%	Más de la mitad o hasta tres cuartos de la página.
			El 100%	Página completa.
		Versión digital	Cantidad de caracteres de la nota, incluyendo título, cuerpo y bajada.	
	Autor	Sí	Identificar si la nota está firmada por un periodista o no.	
		No		
	Cantidad de autores	Especificar cuántos		

		periodistas firmaron la nota	
	Identificación de los autores	Especificar el periodista que firmó la nota	La codificación consideró identificar la letra inicial del nombre del periodista y su apellido.

4. Fuentes			
	Número de fuentes	Especificar la cantidad de fuentes utilizadas en la nota.	
	Tipo de fuentes	Personal	Se entrevista o se cita a una persona en la nota.
		Documental	Se cita un documento en la nota.
		No identificada	No se identifica la fuente.
	Identificación de las fuentes	Especificar las fuentes utilizadas en la nota.	

En las siguientes páginas se presentarán los resultados de la investigación, partiendo con un capítulo destinado a exponer cómo se configura cada una de las redacciones y cómo se realiza el trabajo periodístico en cada medio. Luego, un capítulo con la presentación y análisis de la codificación realizada a las notas sobre el caso Catrillanca. En el último capítulo de resultados se exponen las entrevistas realizadas a los periodistas que cubrieron el caso, analizando sus respuestas y contrastándolas con la

información presentada en el capítulo anterior. Se escogió esta distribución para presentar la investigación ya que resulta más amable para el lector, a quien primero se le otorga la base de cómo funcionan los medios, para luego mostrar cómo se cubre un caso en particular, con el fin de concluir y comparar la información presentada en los primeros capítulos con las apreciaciones de los periodistas entrevistados.

CAPÍTULO 4

LA ORGANIZACIÓN AL INTERIOR DE LAS REDACCIONES

La comprensión de los procesos mediante los que surgen las notas periodísticas se logra no solo a través de la observación de cómo trabaja un periodista, sino que también de la organización del medio en el que trabaja. Cada formato periodístico se rige por sus propios tiempos y cada uno de los medios otorga prioridades de acuerdo al soporte que tiene. Por ejemplo, la imagen juega un rol fundamental en la televisión, mientras que la radio carece de los aspectos técnicos para reproducir una fotografía o un video. De esta forma, al informar sobre el mismo hecho noticioso, la televisión podría utilizar una imagen, mientras que la radio podría centrarse en otros aspectos o bien limitarse a la descripción de la imagen, en el caso de que esta sea, en sí misma, el hecho novedoso.

Con lo anterior se intenta ilustrar que la rutina periodística está fuertemente influenciada por el medio en el que trabaja un periodista. Es así como en el presente capítulo se caracterizan las dinámicas de trabajo en cada una de las salas de redacción de los medios. Dicha información corresponde a los datos recolectados a través de entrevistas realizadas a cuatro editores de cada uno de los medios considerados para esta investigación.

La optimización de recursos de *La Tercera*

Las nuevas tecnologías y las formas en que las audiencias se relacionan con la información han provocado que, desde el año 2018, *La Tercera* busque nuevas fórmulas para responder a los hábitos de consumo y también para aprovechar las herramientas que van ofreciendo los adelantos tecnológicos. Los cambios apuntan a otorgar una mayor predominancia del aspecto digital por sobre el tradicional periódico impreso. De acuerdo a un editor² del Grupo Copesa, *La Tercera* entró durante los primeros meses del año 2019 en un proceso relacionado estrechamente con las nuevas tecnologías: la suscripción digital. Esto implicó una serie de desafíos para el medio que no se limitaban a la digitalización del diario, sino que también apuntaban a generar equipos que se hagan cargo de tareas más específicas. De esta forma, se esperaba que el equipo de redacción para ambos soportes de *La Tercera* fuese solo uno.

Según otro editor³ de *La Tercera*, las llegadas de José Luis Santa María a la dirección del diario y de Andrés Benítez a la dirección de Negocios y Editorial de Copesa han sido fundamentales para esta nueva etapa que atraviesa el matutino. Hasta ese entonces, la producción de noticias era tradicional: se realizaban las notas que formarían parte de la edición impresa y la publicidad se encargaba de financiar el diario.

La forma tradicional en la que se trabajaba en *La Tercera* es posible apreciarla en la memoria de doctorado que presentó Marcelo Valdebenito (2016), en la que describe

² Ver entrevista a Editor 2 en el anexo de entrevistas.

³ Ver entrevista a Editor 3 en el anexo de entrevistas.

cómo es la rutina periodística del medio. Se parte con la reunión de pauta de cada sección (cada mañana o en la tarde del día anterior), para luego dar paso a la pauta editorial a las 11.00 de la mañana. Luego, se reparte el trabajo y los periodistas se dedican a reportear los temas asignados y a las 7.00 de la tarde, hora de cierre del periódico, se revisan todos los textos y se escogen aquellos que conformarán la portada y el espacio asignado a cada uno de ellos (pp. 233-239). En este trabajo académico se afirma que *La Tercera* no es un diario cuyo material se produzca pensando en internet (p. 240) y que, efectivamente, para la dirección del diario tenía mucho más peso e importancia su versión impresa (p. 226).

A menos de cuatro años del estudio, lo único que se mantiene de la descripción de Valdebenito son los horarios en que se revisa la información. La reestructuración económica del medio ha implicado un cambio en las rutinas periodísticas. Según lo que relata un editor de *La Tercera*⁴, la importancia que ha ganado el área digital ha sido fundamental en la forma en que se trabaja en el diario, ya que ahora se trabaja pensando, siempre, en *LaTercera.com*.

La reunión de pauta es a las 9.30 de la mañana con todos los editores de las diferentes secciones del diario. El director del diario, José Luis Santa María, también está presente. Durante esta instancia se deciden cuáles serán los temas que serán destacados en *La Tercera PM*. De hecho, la pauta comienza con el reporte del área de audiencias, una creación del nuevo director del diario en la que se informa cuáles fueron las notas que recibieron constantes visitas el día anterior. Posteriormente, se reparte el trabajo a los

⁴ Ver entrevista a Editor 3 en el anexo de entrevistas.

periodistas pensando en esa primera entrega noticiosa, para luego realizar una actualización de la página a las 4.00 de la tarde. En paralelo, existe un equipo especializado de *LaTercera.com* dedicado a las *breaking news*, el que va subiendo en directo cualquier hecho noticioso. Finalmente, a las 7.00 de la tarde se realiza la última actualización de *LaTercera.com* con los temas reporteados durante el día. Desde esa hora, un editor nocturno se encarga de revisar todos los temas que fueron publicados en la *web*, y de seleccionar aquellos que serán republicados en la versión impresa.

A pesar del lugar al que ha sido relegada la versión impresa, el periódico físico aún no pierde su relevancia en los días viernes, sábado y domingo, tal y como explica el editor de *La Tercera*⁵:

“Esos días el impreso sí tiene importancia, porque la *web* ya no se alimenta y el fin de semana hay un equipo chico. A fines de julio o a principios de agosto, se va a sacar una *Tercera* dominical, que es como *La Nación Domingo*. Ya no va a haber reportajes, va a ser como un cuerpo, *La Tercera* entera con reportajes e historias donde van a cooperar todas las secciones. El diario del sábado sigue siendo importante, porque igualmente hay publicidad el sábado y el domingo, pero de lunes a jueves todo lo que se tira a la parrilla es para la *web* y, por ahora, el papel igual está ahí. Yo creo que en un tiempo más puede ser que, de lunes a jueves, sea solamente digital, pero no sé”.

La lógica anterior se aplica desde abril de 2019 aproximadamente y, hasta el momento, si bien ha funcionado, ha resultado complicada para los mismos periodistas, puesto que implica un cambio de mentalidad. El editor explica que los periodistas aún piensan que un golpe periodístico debería ser reservado para el diario impreso y que,

⁵ Ver entrevista a Editor 3 en el anexo de entrevistas.

adelantarse a su publicación a través de la página *web* podría poner en riesgo la exclusividad “y eso no importa, se sube igual, eso le interesa solo a los periodistas. Antes estaba la lógica de la competencia, pero ahora no, que lo saquen no más, a quién le importa. La persona que lee en su casa no va a decir ‘esto se lo copiaron a este medio’”⁶.

Respecto a la configuración de los equipos de trabajo al interior del diario, hace algunos años existía una clara diferenciación entre los periodistas que trabajaban para la *web* y aquellos que escribían para el impreso. Sin embargo, debido a esta ola de cambios, ahora los periodistas escriben siempre pensando en que la publicación será, primero, en *LaTercera.com*.

La sección Nacional de *La Tercera* está conformada por el editor, dos subeditores: uno se encarga de los temas judiciales y policiales, mientras que el otro se encarga de salud, educación y vivienda. En Política, en tanto, luego del editor vienen dos subeditores, uno a cargo del oficialismo y la centro derecha, y el otro de la oposición política al gobierno. Antes de las 9.30 de la mañana, los subeditores le envían, vía *Whatsapp*, los temas del día al editor, los que previamente fueron discutidos con los periodistas.

Existe un equipo dentro del diario que se dedica exclusivamente a actualizar, minuto a minuto, la página *web* con la información que vaya saliendo durante el día. Este es el equipo dedicado a las *breaking news*. Respecto a las otras secciones, Economía tiene un equipo aparte de economía y negocios, correspondiente a *Pulso*. Lo mismo ocurre en

⁶ Ver entrevista a Editor 3 en el anexo de entrevistas.

Deportes, donde el equipo de *El Deportivo* funciona de manera autónoma, y también pasa en Cultura, con la página de *Culto*.

Respecto al equipo de *breaking news*, este se especializa solamente en temas nacionales y en política que ocurren durante el día. La cobertura de estos temas por parte de los periodistas de *breaking news*, como así también los criterios de noticiabilidad por los que se rigen, son analizados en el Capítulo 6. No obstante lo anterior, es posible adelantar, a *grosso modo*, que la información que presenta esta sección se va trabajando sobre la marcha. Es decir, se intenta conjugar la transmisión de información a los lectores con la inmediatez que permiten las nuevas tecnologías y la plataforma *web* del periódico.

Junto con el equipo de *breaking news*, cuyo fuerte es, justamente, la comunicación digital, el periódico de Copesa también cuenta con *La Tercera PM*, una sección que también tiene un equipo propio, pero que, a diferencia del equipo de *breaking news*, se encarga de reportear temas de una forma más profunda. La creación de *La Tercera PM* respondió a que las métricas digitales indicaron que existe una gran afluencia de público lector en la mañana, por lo que este equipo se encarga de reforzar la publicación de noticias matutinas de forma exclusiva, paralelamente a la información que puedan producir las otras secciones.

De acuerdo con uno de los editores consultados⁷, otra de las innovaciones que instauró el nuevo director del diario es la creación de un equipo de investigación, el que se dedica a investigar temas a corto, mediano y largo plazo. Esta decisión se tomó luego

⁷ Ver entrevista a Editor 3 en el anexo de entrevistas.

de que se comprobara que los grandes golpes periodísticos atraen nuevos suscriptores digitales.

Esta serie de reformas que ha implementado *La Tercera* con el fin de optimizar sus recursos, otorgando además una gran importancia a la presencia digital, ha impactado en la forma que se trabaja dentro del periódico. Si bien se mantienen ciertas prácticas que permitirían afirmar que existe una escisión entre el periódico impreso y su versión digital, como la mantención de horarios para revisar los temas que se están desarrollando y equipos destinados específicamente a tareas digitales, el límite, en la práctica, es difuso. Esto es posible apreciarlo en la confusión que evidencian los mismos periodistas frente a una información exclusiva, sobre si pueden reservarla o no para el periódico impreso, el que el golpe periodístico pueda estar en riesgo porque algún otro medio se adelante y publique la información, o incluso que el editor de una misma sección tenga el poder de decidir en qué plataforma será publicada la noticia. Estas son algunas de las consecuencias que ha traído consigo el proceso de reestructuración de *La Tercera*, que apunta a que la redacción, finalmente, sea solo una y que se enfoque, por completo, en su versión digital.

Tras caracterizar cómo el periódico de Copesa está enfrentando las nuevas tecnologías a través de una reinención de su forma de trabajar, es necesario saber si existe un proceso similar en su competencia directa, *El Mercurio*, lo que será explicado en el siguiente subcapítulo.

El tradicional estilo mercurial

Respecto a la situación de los medios de El Mercurio S.A.P., anteriormente se mencionaba que *El Mercurio* es un diario con prácticas más tradicionales, en donde el periodismo se practica de una forma más tradicional, tal y como se puede apreciar en el día a día de los periodistas. Por ejemplo, en la sección Política del diario, la jornada comienza en la mañana con una especie de pauta a través de *Whatsapp* entre los periodistas del área⁸. El coordinador de Política recolecta los temas y estos son presentados, por los editores de cada sección, en la pauta general del diario a las 10.30 de la mañana. En esta reunión, el director de *El Mercurio* determina qué temas serán tratados en la edición del día siguiente. Después de eso, a cada periodista le es asignado un tema y trabajan hasta las 3.30 de la tarde, cuando informan de los avances de su trabajo al editor. Durante la tarde se organiza la distribución de espacio de los temas y la edición del diario se cierra entre 9.30 y 10.00 de la noche.

A diferencia del caso de *La Tercera*, en la que el área digital es primordial en el quehacer periodístico del diario, en *El Mercurio* lo que no se pierde de vista es la versión impresa del periódico. Por supuesto que una información de último momento es considerada dentro del reporte del día, lo que implica muy posiblemente la modificación de una nota puntual, pero *El Mercurio* no se encarga de transmitir ese tipo de información de manera inmediata porque, tal y como explica un editor⁹, “la propuesta de *El Mercurio* es que el contenido es más profundo, de más calidad, de más elaboración, porque su

⁸ Ver entrevista a Editor 4 en el anexo de entrevistas.

⁹ Ver entrevista a Editor 4 en el anexo de entrevistas.

modelo de negocio no es el click, es la suscripción”. Quien se encarga de asumir la tarea de reportar información de último minuto es *El Mercurio On Line (Emol)*, medio digital de El Mercurio S.A.P. independiente de la versión impresa y con un equipo periodístico diferente. El área digital de la empresa será analizada más adelante.

Tal y como se mencionó, *El Mercurio* tiene una forma de operar bastante tradicional, con algunas facilidades que permiten las nuevas tecnologías, como la coordinación de las secciones a través de aplicaciones como *Whatsapp*. Aparte de eso, el trabajo es como se esperaría que fuese en cualquier periódico: tras la pauta de editores con el director del diario se asignan los diferentes temas al equipo periodístico y cada profesional se dedica a reportear la noticia asignada. Durante la tarde se realiza una actualización al editor de cada sección del trabajo logrado y, desde entonces, comienza a montarse la edición del día siguiente. El cierre aproximado es a las 9.30 de la noche.

Si bien en ese aspecto se podría asegurar que no han existido innovaciones, en *El Mercurio* se ha apostado por agregarle valor a la edición impresa justamente a través de herramientas tecnológicas, pero sin que éstas se conviertan en el centro de atención de la marca. Es decir, utiliza las nuevas tecnologías como un complemento para potenciar la versión impresa del diario. Por ejemplo, el editor entrevistado de *El Mercurio* detalla que, desde principios de julio de 2019, se implementó un *newsletter* para todos los suscriptores del periódico. De esta forma, todos aquellos usuarios que lo deseen pueden recibir este boletín con noticias destacadas de la versión impresa, en donde se incluye un extracto de la nota junto al hipervínculo de leer más, el que, cuando es presionado, redirige a la página

digital.elmercurio.com. Si bien esta estrategia muestra un intento de *El Mercurio* por adaptarse a los nuevos tiempos y, por ende, a las nuevas tecnologías, aún no implica un cambio en la producción de noticias, sino que está centrado, más bien, en la distribución de estas.

En la misma plataforma, donde se sube de manera íntegra la versión impresa de *El Mercurio*, también es posible encontrar otros portales a los que se puede acceder, de manera ilimitada, si se es suscriptor del diario. Desde mediados de febrero de 2019 se comenzaron a subir los podcasts semanales que realiza la *Revista Sábado*. Otros tres productos, que cuentan con una suscripción independiente a la de *El Mercurio*, son *El Mercurio Inversiones*, *El Mercurio Campo* y *El Mercurio Legal*, publicaciones digitales especializadas para esos sectores.

De hecho, la presencia digital de *El Mercurio* es tan restringida que, incluso, no es común que aparezcan notas del periódico entre los resultados de *Google*. El editor consultado indica que el trabajo para desarrollar la plataforma tomó mucho tiempo:

“(…) para que no suceda ese pirateo de *Google* y esas cosas. Como que es difícil que te salga una noticia en *Google*, la idea es que la persona que lo recibe sepa que tiene un producto de más valor y que no lo va a encontrar en otra parte, esa es como la lógica. Y en ese punto nos han pedido ir viendo qué cosas se pueden hacer y ese diálogo comenzó en mayo, y de ahí una de las primeras cosas que han surgido ha sido esto de ir generando productos que no necesariamente compitan con el diario o con *Emol*, y que sean complementarios a la suscripción”¹⁰.

¹⁰ Ver entrevista a Editor 4 en el anexo de entrevistas.

Agrega que la lógica siempre ha sido que no se cree una competencia con *Emol*, ya que ambos son productos distintos con objetivos distintos: mientras que *Emol* está más enfocado hacia las *breaking news*, el modelo de negocios de *El Mercurio* es proponer un periodismo más profundo, con más investigación y contexto, que no se limita solo a la comunicación de un hecho noticioso.

***Emol*: el encargado de informar en vivo**

Considerando que *El Mercurio* y *Emol* son dos medios diferentes e independientes; que uno se dedica a una investigación más profunda, mientras que el otro a comunicar noticias de último momento, y que tienen modelos de negocios con diferentes objetivos: ¿Qué implica la propuesta periodística de *Emol*? Al pertenecer al mismo consorcio que *El Mercurio*, *Emol* cuenta con una ventaja que no tienen otros medios electrónicos: viene precedido por el prestigio que otorga ser publicado en el periódico. Son dos medios diferentes, pero la mayoría de la gente no sabe este detalle.

Así lo confirma un editor de *Emol*¹¹, quien indica que, al momento de contactar una fuente para una nota, el entrevistado por lo general cree que se trata de la publicación impresa:

“(...) mientras uno trabaja dentro de la empresa se conoce muy bien la diferencia entre *Emol* y *El Mercurio*, pero tú llamas a un entrevistado y te dice ‘*Emol*, ah, *El Mercurio*’, y creen que van a salir en el papel también. La gente no los diferencia, aunque ya llevan años tratando de posicionarse. *Emol* es un equipo súper joven”.

¹¹ Ver entrevista a Editor 1 en el anexo de entrevistas.

Por esa confusión común, el editor agrega que las fuentes están mucho más dispuestas a participar de una nota.

A diferencia de las notas publicadas en un periódico, en las que se cita a más de una fuente para otorgar un carácter de imparcialidad a la cobertura de un hecho noticioso, en el periodismo digital a veces una sola fuente puede ser suficiente para levantar una nota, ya que la forma en que operan las páginas *web* requiere una constante actualización. Es así como se pueden encontrar diversas notas, con diferentes fuentes, refiriéndose a un mismo tema.

En el caso de *Emol*, cuando hay un tema que genera mucho interés, la página debe ser actualizada cada dos o tres horas con nuevas aristas sobre el hecho. Es así como el editor debe pensar durante la mañana las diferentes notas que se pueden realizar a partir de un mismo hecho, repartiendo el trabajo entre el equipo de forma que siempre se esté reportando para darle continuidad al hecho:

“(…) esa es la pega del editor, ir adelantando la nota que sigue a lo que está pasando. Es como la lógica de la continuidad de la noticia, que no se pierda lo noticioso, que siga, siga, siga, porque sabemos que es el tema fuerte. Tenemos periodistas que asisten a todas estas conferencias de prensa y van muy a la par con la radio, de hecho, los cabros son súper rápidos, en veinte minutos tienen la nota lista, con tres o cuatro párrafos, no se necesita más, con todo lo que se dice en el minuto”¹².

Debido a que la plataforma de *Emol* es exclusivamente digital, es posible apreciar de forma más concreta cómo la inmediatez puede afectar los criterios de noticiabilidad en

¹² Ver entrevista a Editor 1 en el anexo de entrevistas.

la publicación de noticias. Considerando las entrevistas realizadas a editores de *La Tercera* y el proceso de cambio que está implementando Copesa en el periódico, no es posible identificar con claridad cómo las nuevas tecnologías podrían afectar dichos criterios. Se podría especular que la rapidez a la que está sometido el equipo de *breaking news* podría afectar la producción de una noticia, en términos como cantidad de fuentes o extensión del texto. Ya que *Emol* es un medio independiente de *El Mercurio* y meramente digital, tal y como explica el editor consultado, la rapidez con la que se debe responder a un hecho noticioso entrega ciertas facilidades a los periodistas, quienes pueden escribir cerca de cuatro párrafos y conformar una nota publicable. Estas interrogantes sobre noticiabilidad e inmediatez, sobre todo en el caso de *La Tercera*, donde todo parece ser más confuso, no quedarán sin respuesta, ya que en el presente capítulo y en el Capítulo 6 se presentarán otros antecedentes para aclarar la situación.

Retomando la forma de trabajo de *Emol*, en dicha redacción cada periodista al reportear una nota puede recopilar material de apoyo para acompañar la publicación, tal como videos, audio o fotografías. En ese sentido, si bien *Emol* no cuenta con un trabajo en conjunto con *El Mercurio* que pueda apoyar el desarrollo de notas, sí encuentra un aliado en *Emol TV*, canal de videos que proporciona material audiovisual. En las reuniones de pauta de *Emol* también hay un representante de *Emol TV* que informa cuál será el entrevistado del día y, en el caso de resultar relevante para la pauta del medio digital, hay

una retroalimentación entre las dos plataformas¹³. De igual forma, si una fuente de *Emol* resulta interesante para *Emol TV*, se comparte el contacto entre los dos soportes.

A pesar de ser dos medios independientes entre sí, *Emol* igualmente tiene una política de replicar una cantidad limitada de notas publicadas en *El Mercurio*. Dicha directriz implica que, todos los días, el editor de turno debe escoger las tres notas más relevantes, a su juicio, del impreso que, por lo general, corresponden a las del Cuerpo C. Si no, también pueden ser del final del Cuerpo A o de Economía. La nota replicada sólo contempla los tres primeros párrafos de la nota original y se incluye el hipervínculo “leer más” que redirige a *digital.elmercurio.com*. Durante los últimos meses del año 2018, la política implicaba que en algunos casos sólo se replicara el primer párrafo de la nota original, con el fin de que aumentara la suscripción a *El Mercurio*.

Consideradas las formas de organización en cada una de las redacciones que componen esta investigación, vale la pena, además, ver cómo reacciona cada una a un aspecto que con las nuevas tecnologías se ha intensificado, referente a las noticias de último minuto. A continuación, se describirán las formas de trabajo frente a este tipo de informaciones.

Hacia la convergencia digital: la prensa frente a las *breaking news*

El término *breaking news*, que en español podría traducirse como noticias de último minuto, es un concepto utilizado en los medios de comunicación que hace

¹³ Ver entrevista a Editor 1 en el anexo de entrevistas.

referencia a eventos que están ocurriendo y que, por lo general, son inesperados. La idea no es nueva ni es exclusiva de las nuevas tecnologías, ya que el uso de *breaking news* ha sido recurrente en televisión y en radio durante décadas. Lo anterior es posible apreciarlo en lo que podríamos denominar como una anécdota en la historia de la radio (que posteriormente se convertiría en un caso de estudio tanto en la comunicación como en la psicología), cuando Orson Welles dirigió una versión de radioteatro de *La Guerra de los Mundos*, trabajo que causó pánico en una parte de la población estadounidense en 1938 (Cantril, 1940). Entre los diferentes factores que provocaron el miedo en la gente, uno de ellos guarda relación con la forma en que fue presentada la obra: como un boletín donde se informaba, como noticia de último momento, de una invasión marciana.

A más de 80 años de aquella "información de último minuto", el término *breaking news* continúa utilizándose en los actuales medios de comunicación para interrumpir su programación e informar sobre hechos puntuales que, como se mencionó, no necesariamente son inesperados. De hecho, se podría afirmar que existe cierta ambigüedad sobre los hechos que son catalogados como noticias de último minuto, ya que varían de acuerdo a cada medio.

Por ejemplo, por lo general se sabe con anterioridad sobre la agenda de actividades del Presidente de Chile, Sebastián Piñera, eventos que son cubiertos por los medios para luego crear notas para sus respectivos productos (noticieros centrales, informativos radiales, notas de periódicos). Es decir, este tipo de pautas son consideradas para procesar la información creando un producto final. No obstante, algunos medios aprovechan la

instancia -que implica el desplazamiento de equipos periodísticos hasta el lugar de los hechos- para realizar una transmisión en directo de lo que está pasando. De esta forma es posible tomar como caso la transmisión que estaba realizando el canal *CNN Chile* el 22 de agosto de 2019, cuya programación fue interrumpida para entregar una *breaking news* sobre el Presidente Piñera, quien estaba ofreciendo un punto de prensa en La Moneda, luego de una reunión que sostuvo con los presidentes de las dos cámaras del Congreso Nacional. La nota fue anunciada bajo la cortina que utiliza el medio para informar sobre información de último minuto, en la que emplea la leyenda "*Breaking news*" y una música distintiva para ese tipo de segmentos. En dicha oportunidad se espera que el Presidente cuente qué se habló en la reunión y a qué conclusiones se llegaron, pero *a priori* es imposible saber si la intervención del Mandatario resultará noticiosa, ya que perfectamente podría no entregar ninguna información nueva. En contraste, el mismo canal, en otra oportunidad, utilizó la cortina de *breaking news* para realizar un despacho en directo con nueva información sobre un accidente en Valparaíso, ciudad en la que el martes 13 de agosto de 2019 se registró el derrumbe de una casa que provocó la muerte de seis personas.

Cada medio tiene sus propias técnicas para categorizar noticias de último minuto: así como *CNN Chile* ubica bajo el mismo segmento este tipo de informaciones en directo, otros canales, como *24 Horas*, realizan distinciones para interrumpir sus programaciones. Siguiendo con los ejemplos anteriores, en el caso de la declaración del Presidente Piñera, el canal *24 Horas* dio paso a la noticia tras una cortina con la leyenda "Ahora", mientras

que para informar sobre el derrumbe en Valparaíso utilizó una secuencia que decía "Último minuto", las dos con arreglos sonoros diferentes.

Tal y como se demostró anteriormente, la *breaking news* no es un concepto nuevo dentro de los medios de comunicación, ni ha sido posible gracias a las nuevas tecnologías, ya que se utiliza desde hace varias décadas. Sin embargo, las nuevas tecnologías sí han supuesto un cambio para los medios escritos, ya que éstos, al contar con nuevas herramientas y al tener una renovada concepción de la inmediatez, deben reaccionar con una rapidez diferente a los hechos noticiosos.

En este último sentido, es necesario hacer un par de distinciones antes de continuar detallando cómo el concepto influye en los medios de comunicación. La inmediatez implica dos aspectos para los medios: uno de ellos está relacionado con la entrega de información por parte de los medios a las audiencias, mientras que el otro se refiere a la información entrante que podría provocar un cambio en la historia reportada por el medio. Es decir, dentro de los medios de comunicación hay que considerar que la inmediatez influye en la comunicación de la información y en el procesamiento de la información.

En el caso de la transmisión de información y comprendiendo la inmediatez como la rapidez con la que se entrega ésta a la audiencia, el periodismo digital cuenta con diferentes herramientas. En algunos casos, los sitios *web* de los medios tradicionales permiten la transmisión de información en vivo y en directo, como si se tratara de un canal de televisión, gracias al servicio de *streaming*; éste consiste en la distribución digital de

contenido multimedia a través de la retransmisión de datos, los que permiten que el usuario pueda ver un producto multimedia bajo demanda o en vivo. También se utilizan herramientas ofrecidas por aplicaciones como *Facebook* e *Instagram*, que permiten grabar y transmitir en vivo, con la diferencia que los medios captan esta información y, posteriormente, la republican, generando una impresión de casi instantaneidad en la información entregada. Algunos medios crean entradas donde van reuniendo toda la información bajo el título de “Minuto a minuto”, como una especie de índice sobre el desarrollo de un acontecimiento, o también pueden crear una nota donde escuetamente se informa sobre el hecho noticioso y, ante la falta de más detalles, indican que se trata de una “noticia en desarrollo”. Los medios también aprovechan la utilización que tienen los usuarios de las redes sociales como *Twitter* para informar rápidamente de una noticia.

Respecto a cómo la inmediatez puede influir en el desarrollo de una noticia, la situación es más evidente, ya que la rapidez con la que la información entregada por una fuente llega hasta el medio se podría decir que es prácticamente instantánea: solo basta un mensaje o una llamada. En este aspecto, el mayor reto lo deben asumir los medios escritos que aún se guían por sus versiones impresas, ya que una información de último minuto implica, en el mejor de los casos, una edición del texto escrito. Y, en el peor, puede significar bajar una nota completa y reemplazarla a última hora con otro hecho menos relevante o con la *breaking news*, pero sin mucho reporteo de por medio. Medios como la televisión o la radio tienen la ventaja de que pueden rectificar la información sobre la marcha.

Este problema al que se enfrentan los medios de comunicación puede ser comprendido gracias al trabajo del investigador inglés Paul Bradshaw (citado en Camus, 2009), quien propuso explicar las características del periodismo digital a través de un diagrama con forma de diamante en donde por un extremo está la velocidad y por la otra la profundidad. La respuesta más rápida implica sólo una alerta y, a medida que se utiliza más tiempo en la producción de la nota, se puede llegar a niveles donde el producto puede ser publicado en medios impresos, contando con más reporteo y contexto para comprender el hecho noticioso; hacia las etapas finales, el producto debería alcanzar la personalización, un proceso que debería ser automático y que permite al usuario obtener la información por diferentes vías. Sobre la creación de este diagrama, Bradshaw explica que:

“Tal como la pirámide invertida fue parcialmente el resultado del cada vez más importante papel del telégrafo en la industria de las noticias y las ideas dominantes de la ciencia y tecnología, este diamante intenta ilustrar el cambio desde un producto del siglo 19 (el artículo) a un proceso del siglo 21: el periodismo repetitivo de los nuevos medios: la noticia que nunca está ‘terminada’”, (Camus, 2009, pp.30-31).

Los procesos en *La Tercera* y *El Mercurio*

Ya se estableció que *La Tercera* está atravesando una serie de reformas en su organización interna que han implicado que los periodistas del medio escriban, teóricamente, para dos plataformas. En la práctica, se podría afirmar que se dedican exclusivamente al periodismo digital. De esta manera, la forma con que este periódico enfrenta las *breaking news* es bastante más sencilla.

Uno de los editores de Copesa¹⁴ detalla que lo único prohibido frente a la cobertura es guardarse cosas. A diferencia de otra época, en donde se reservaba la información exclusiva o más reciente para la versión impresa del diario, las medidas que se han implementado en el último tiempo en *La Tercera* obligan a que el medio cambie su forma de operar, publicando todo inmediatamente en la *web*. El periódico físico ya no cuenta con la prioridad que gozaba antes y *La Tercera* ahora apuesta sus fichas en ser el primero en entregar la información.

Otro de los editores del mismo conglomerado explica que la *breaking news* implica salir rápido y “si la crítica fundamental es que el periodismo perdió la capacidad de pensar y dejar de reproducir lo que dice otro como ‘loro’, yo estoy totalmente de acuerdo. Son esclavos de eso, sí”¹⁵. Sin embargo, hace la salvedad que *La Tercera* es un medio que destaca por contar con altos estándares de calidad, por lo que a pesar de la rapidez con la que se pueda publicar un hecho noticioso éste cuenta con un reporte que ha sido validado por diferentes editores y posee fuentes que han sido debidamente chequeadas.

A pesar de los diferentes puntos de control que supera la nota para ser publicada en la *web*, la información proviene de periodistas que son capaces de cometer errores, más aún cuando trabajan contra el tiempo. En el caso de que esto ocurra, los dos editores de *La Tercera* concuerdan que una de las ventajas del periodismo digital es que permite realizar correcciones, las que se materializan de dos formas: una de ellas es editando la nota original rectificando la información en el caso de que se trate de un error menor,

¹⁴ Ver entrevista a Editor 3 en el anexo de entrevistas.

¹⁵ Ver entrevista a Editor 2 en el anexo de entrevistas.

como la corrección del grado de un sismo o la edad de una víctima de homicidio. En el caso de que el error implique un cambio en el desarrollo o en la comprensión del hecho noticioso, por lo general se realiza una nueva entrada en la página *web* donde se explica la nueva información o la rectificación y se detalla qué fue lo que originalmente se había escrito al respecto.

Respecto a los medios de El Mercurio S.A.P., en *Emol* se opera de forma similar a como lo hace *La Tercera*: cuando surgen nuevos antecedentes sobre una noticia se crea una nueva entrada, a no ser que se trate de un cambio menor, caso en el que se edita la nota ya existente. *Emol*, al formar parte de la misma empresa que *El Mercurio* y por la común confusión de que se trata de la versión digital de éste, cuenta a su favor con la posibilidad de acceder a un amplio espectro de fuentes cuando surge una *breaking news*, por lo que un hecho noticioso rápidamente puede ser complementado con opiniones o corroborado con otras fuentes.

La situación es un poco más compleja en el caso de *El Mercurio*, ya que al ser un medio que aún trabaja en función de su edición impresa, las noticias de último momento implican una serie de obstáculos para la labor periodística. Puesto que el medio no tiene como objetivo publicar de forma veloz una información puntual, la inmediatez afecta más el trabajo de producción de noticias que la transmisión de éstas.

El cierre de la edición del día siguiente es entre las 9 y las 9.30 de la noche. En el caso de que surja una información inesperada de último momento, los periodistas, los editores y las prensas deben trabajar hasta más tarde, ya que la *breaking news* implica un

retraso en el procesamiento y creación de la información que será publicada en el diario. La nueva información puede provocar que la nota producida durante el día quede completamente obsoleta, que sean necesarias correcciones o la incorporación de elementos que le otorguen un valor agregado. Lo que queda descartado, bajo cualquier caso, es dejar la nota tal y como está sin reaccionar frente a los nuevos datos. Incluso si la nota no implica un reporte profundo, debido al poco tiempo disponible, aun así es necesario contar el hecho noticioso de último minuto. El editor de *El Mercurio* explica que a veces hay golpes periodísticos en los noticieros centrales o en programas de investigación que se emiten en horario prime que deben ser consignados en el periódico. A pesar de las nuevas tecnologías, de la inmediatez que permiten y de la constante conexión que tienen las personas a través de sus dispositivos móviles, puesto que los hechos son revelados durante la noche, momento en el que parte de la población dedica su tiempo al ocio, algunos usuarios se pierden esta información y se enteran de ella al día siguiente gracias a la nota publicada en el diario.

En el caso de situaciones programadas que tienen potencial de convertirse en noticia, pero de las que no se tiene certeza de cuál será el hecho noticioso, el medio puede adoptar ciertas técnicas para asegurar la producción de material para el periódico del día siguiente. Por ejemplo, el editor de *El Mercurio* señaló que pudieron prepararse para la cuenta pública del 1 de julio del 2019: ese día se sabía que el Presidente Piñera realizaría anuncios que probablemente serían noticiosos, pero no se conocía en qué consistirían. Además, a diferencia de otros años, este rito republicano ocurrió a las 8.30 de la noche, dejando con poco espacio de maniobra al equipo periodístico de *El Mercurio* para elaborar

notas detallando en qué consistían y qué implicancias tendrían los anuncios del Ejecutivo. De esta forma, se llegó a la decisión de preproducir material: el medio se contactó con diferentes personajes ligados al mundo de la política, el espectáculo y la sociedad, entre otras áreas, para que vieran la cuenta pública y dieran sus impresiones una vez que esta concluyera.

A pesar de que las nuevas tecnologías puedan suponer un inconveniente para el periodismo, en una primera impresión, por el menor tiempo con el que se dispone para elaborar un reporte profundo, esto también puede ser visto como una oportunidad, tal y como explica el editor del centenario periódico:

“(…) es una condición que te hace más difícil tener periodismo de calidad, pero no es una condición imposibilitante. O sea, lo que ahí te requiere es tener mejores periodistas, que tengan automatizadas ciertas cosas, como no dar por hecho todo lo que te dice una fuente, por muy confiable que sea. Hay que chequear siempre. Esos son criterios básicos. Y si no lo puedo chequear, entonces me hago cargo de lo que publico, y me hago cargo en el sentido de que soy responsable de cómo lo abordo. Eso uno debería tenerlo súper metido en la cabeza, aunque tengas que ir contra el tiempo”¹⁶.

Si bien el editor del diario reconoce que el contar con más tiempo permite al periodista reportear más, eso no significa que la calidad del trabajo sea mejor, no es una garantía. El periodista que se desempeña en medios durante estos tiempos, con las ventajas y contras que ofrecen las nuevas tecnologías, debe mantener estándares de calidad que permitan que produzca una nota con un reporte sólido, ya que un buen periodista y un mal periodista podrán ser identificados independientemente de las herramientas con las

¹⁶ Ver entrevista a Editor 4 en el anexo de entrevistas.

que cuenten o del soporte para el que trabajen. De la misma idea es uno de los editores de *La Tercera*, quien estima que, si un periodista contó con dos semanas para reportear un tema, y el resultado es un texto con inexactitudes e información errónea, entonces el tiempo no es el único factor que influye en un periodismo de calidad.

Ya que las lógicas de trabajo por las que se rige cada medio fueron caracterizadas, detallando cómo se componen a través de las diferentes secciones, además de analizar y explicar la forma en que cada uno de los medios se relaciona y responde frente a las nuevas tecnologías, el siguiente capítulo investigará cómo lo declarado por los editores entrevistados se lleva a la práctica. Esto se logrará a través del estudio de la cobertura que otorgaron los medios considerados en esta investigación al Caso Catrillanca.

CAPÍTULO 5

EL CASO CATRILLANCA: LA COBERTURA A UNA POLÉMICA

Considerando que en el capítulo anterior se caracterizó el proceso por el que los medios de comunicación investigados generan las noticias, como así también el rol que juegan las nuevas tecnologías, a continuación, se contrastarán esos hallazgos a través del estudio de un hecho noticioso en particular.

En este caso, el hecho escogido fue el asesinato del comunero mapuche Camilo Catrillanca, ya que posee una serie de características que permiten observar los diferentes criterios que influyen en la creación de una noticia, como relación con las fuentes, inmediatez de la información, trabajo colectivo periodístico, utilización de recursos tecnológicos, entre otros.

Por esto es que, en un principio, se construirá un relato de cómo fue el desarrollo del caso, con el objetivo de que se comprendan los desafíos con los que se enfrentó el periodismo. Estos, posteriormente, serán desarrollados a través de las entrevistas realizadas a los editores de los medios en el Capítulo 6.

El Caso Catrillanca

Cerca de las 4:40 de la tarde del 14 de noviembre 2018, el comunero mapuche Camilo Catrillanca recibió un disparo en la nuca por parte del Gope de Carabineros. El joven de 24 años viajaba en un tractor acompañado de un menor de 15 años. Tras ser impactado por la bala, Catrillanca fue trasladado al Centro de Salud Familiar de Ercilla (Región de La Araucanía), lugar en el que falleció (López y Vial, 2018).

Luis Mayol, el intendente de La Araucanía, detalló ese día que el operativo en el que se dio muerte a Catrillanca comenzó luego de un asalto que sufrieron docentes de la Escuela San Rosa de Ercilla. Tres encapuchados abordaron a los profesores con armas de fuego y arma blanca, para luego huir en los automóviles sustraídos. Las víctimas dieron aviso a Carabineros, institución que comenzó un operativo con helicóptero y automóviles para perseguir a los delincuentes. Tras una persecución vehicular, los delincuentes abandonaron los autos y huyeron a pie. El personal del Gope¹⁷ se encontró con una barricada en el camino y habrían sido atacados con armas de fuego. El jefe de gobierno regional indicó que, luego del ataque a Carabineros, habrían aparecido tres sujetos sobre un tractor, uno de los cuales resultó herido, con posterior resultado de muerte. De acuerdo a Mayol, Catrillanca tenía antecedentes por receptación de vehículos robados. La autoridad regional aseguró que se siguieron todos los protocolos establecidos por Carabineros. Además, si bien no aclaró si Catrillanca formaba parte del robo, sí afirmó

¹⁷ El Gope es el Grupo de Operaciones Policiales Especiales, forman parte de la institución de Carabineros de Chile y están destinados a desarrollar y ejecutar operaciones policiales de alto riesgo.

que se encontraba en el tractor desde el que se habría atacado a los efectivos policiales (Zapata, 2018).

El día 15 de noviembre, *El Mercurio* anunció el hecho en su portada, en un titular secundario, indicando que “Nieta de lonco de comunidad mapuche muere baleado en incidente con Carabineros” (El Mercurio, 2018). En la bajada se destaca no solo la versión oficial, sino que también la de la comunidad mapuche, con un dirigente asegurando que Catrillanca no participó en el delito y con el padre del fallecido agregando que su hijo sólo estaba trabajando. Al interior, el diario le dedica una sola página al hecho en la página 9 del cuerpo C, en la sección Nacional, consultando a un total de doce fuentes, entre las que se encuentran autoridades del oficialismo (intendente de La Araucanía, general director de Carabineros), parlamentarios y personas ligadas a la comunidad mapuche.

En tanto, *La Tercera* otorgó el título principal de su portada al hecho con el siguiente título: “Operativo tras un robo de autos deja un comunero mapuche muerto en Ercilla” (La Tercera, 2018a). En la bajada sólo hay fuentes oficiales: por una parte, se cita al intendente Mayol, que dice que los efectivos policiales fueron recibidos con armamentos automáticos, y por otra se le da cobertura al general director de Carabineros, Hermes Soto, quien detalla que la situación debe esclarecerse y que se debe establecer el origen del disparo. *La Tercera* le dedicó las dos primeras páginas del diario al hecho, bajo la sección Temas de hoy, con tres notas: una de ellas, destinada únicamente a la versión entregada por el intendente Mayol; otra a impresiones de parlamentarios y, la principal, a relatar lo que habría sucedido. En esta última se utilizaron cinco fuentes: dos oficiales

(intendente de La Araucanía, Luis Mayol, y general director de Carabineros, Hermes Soto), una ligada a la comunidad mapuche, y dos no identificadas, una de ellas perteneciente a la Fiscalía.

En el caso de los medios digitales, *LaTercera.com* replicó dos notas de la versión impresa y generó otras siete referidas a cómo La Moneda se enteró del incidente en que murió Catrillanca (Ferraro y Rivas, 2018), un perfil de Camilo Catrillanca (Rivas, 2018), reacciones desde el mundo político (La Tercera, 2018b; La Tercera, 2018c; La Tercera, 2018d), la versión de representantes mapuche (Zamorano, 2018) y una nota sobre protestas en Santiago (La Tercera, 2018e). En *Emol* se realizaron tres notas, una referida al hecho en sí (Núñez, 2018a), otra en la que el intendente Mayol aseguraba que Catrillanca murió luego del enfrentamiento con Carabineros (Núñez, 2018b), y otra con la versión del general director de Carabineros (Osses, 2018).

Al día siguiente, el mismo ministro del Interior, Andrés Chadwick, se refirió al tema, defendiendo el proceder de Carabineros, aunque lamentando la muerte del comunero. Además, aseguró que “estos son los hechos que han tenido origen en un delito común, en un asalto grave y violento contra cuatro mujeres, delito común que nada tiene que ver con las situaciones del conflicto que se han vivido en la zona rural de lo que se ha llamado el conflicto mapuche” (Romero, 2018)¹⁸.

¹⁸ Estas declaraciones, y el posterior manejo comunicacional y político que tuvo el ministro del Interior provocaron que la oposición presentara una interpelación al secretario de Estado, la que se realizó el 11 de diciembre de 2018.

Durante el mismo día comenzó una cobertura en la que se planteaban diferentes interrogantes sobre la muerte de Catrillanca, como, por ejemplo, por qué utilizar al personal del Gope, más conocido en la zona como Comando Jungla, por un delito que las autoridades calificaron como común. También está el hecho de que la joven víctima no presentaba condenas por delitos comunes, sino que solo registraba una detención por receptación (Toro, 2018). Por otra parte, estaban las versiones de los familiares de Catrillanca y de una abogada mapuche, quienes aseguraban que él no estuvo involucrado y se encontraba trabajando en el tractor (Peña y Romero, 2018).

En su edición del viernes 16 de noviembre, *La Tercera* detalla el informe policial realizado por los efectivos del Gope en el que se consigna la muerte de Camilo Catrillanca. A las 16:15 horas se recibe una denuncia de tres profesoras que fueron víctimas del robo de vehículos por parte de tres encapuchados. La policía responde el llamado desplegando unidades de Fuerzas Especiales, un helicóptero y el Gope. Veintiún minutos después, el helicóptero reporta que los vehículos fueron ubicados cerca de la comunidad Temucuicui, para posteriormente reportar que los policías son recibidos con disparos de armas cortas y largas. Desde el helicóptero se informa a los policías en tierra que dos personas, con vestimentas similares a las descritas en el robo de los autos, abordan un tractor azul, para posteriormente atacar a los efectivos policiales, momento en el que repelen el ataque y hieren mortalmente a Catrillanca (Díaz, Rodríguez y Vedoya, 2018).

Una prueba que resultaba decisiva para averiguar qué sucedió ese día la constituían las imágenes registradas en las cámaras que los efectivos del Gope llevan consigo, las que

graban los procedimientos en los que participan. El 18 de noviembre, el general director de Carabineros, Hermes Soto, declaró que “los cuatro carabineros que ingresan primero al sector no portaban cámara” (Nahas, 2018). Ese mismo día, Soto se comunicó con el ministro del Interior, Andrés Chadwick, para informarle sobre nuevos antecedentes del caso indagado por Fiscalía. Durante la investigación se descubrió que uno de los efectivos del Gope destruyó una tarjeta de memoria, por lo que efectivamente sí se había grabado el operativo. Tras esto, seis policías fueron dados de baja (Cruzat, González, Inostroza y Martínez, 2018).

Luego de estos hechos, las declaraciones otorgadas por autoridades políticas y policiales cambiaron radicalmente. El ministerio del Interior anunció querellas contra quienes fueran responsables de la muerte de Catrillanca y de destruir evidencia, mientras que el general director de Carabineros aseguraba sobre los efectivos involucrados en el operativo que “ellos mintieron en todo momento” (Cruzat, Inostroza y Olivares, 2018).

El 16 de octubre, la bancada de diputados de la Democracia Cristiana anunció una interpelación al ministro Chadwick por su gestión en seguridad (Cáceres y Caro, 2018). Esta se llevó a cabo el 11 de diciembre del 2018. La misma bancada, el 20 de noviembre, anunció que acusaría constitucionalmente al intendente Luis Mayol por haber vulnerado su obligación de velar por el orden público (Marín, 2018). Esto motivó al aludido a presentar su renuncia al cargo, siendo la primera baja política por el manejo del caso Catrillanca (Fuentes, Hamilton, Monrroy y Soto, 2018).

A medida que avanzaba la investigación judicial y se daban a conocer nuevos hechos relativos a la muerte del comunero, confirmando el montaje realizado por los carabineros involucrados, más problemas enfrentaba el discurso que presentaban las autoridades. El punto más complicado fue cuando se le solicitó la renuncia al general director de Carabineros, quien se negó y debió ser removido en un trabajo conjunto entre el Gobierno y el Congreso (Martínez, 2018).

A más de un año del asesinato de Camilo Catrillanca, el juicio aún no comienza. El Tribunal Oral en lo Penal de Angol decidió posponer para el 2 de marzo del 2020 su inicio, cuando la fecha original era el 26 de noviembre (Cooperativa.cl, 2019). El aniversario por el primer año de la muerte de Camilo Catrillanca ocurrió en medio de las protestas nacionales que exigían salud, educación y pensiones dignas, entre otras demandas. El padre de Camilo Catrillanca, Marcelo, hizo un llamado a una manifestación pacífica para recordar el asesinato de su hijo (Diario UChile, 2019).

Ya sea por la poca claridad en las versiones iniciales, o bien por el progreso mismo de la investigación judicial, el desarrollo del Caso Catrillanca planteó una serie de interrogantes al periodismo. Se acaba de exponer cómo fue la presentación de la información y el desarrollo del caso, no obstante, esto no da cuenta de cómo se trató la información, de si existió imparcialidad o cuestionamiento a las fuentes, entre otros aspectos.

¿Cómo se informó el asesinato?

De manera preliminar, en el anterior apartado se detallaron características que poseían los primeros artículos generados por *La Tercera*, *LaTercera.com*, *El Mercurio* y *Emol* sobre el supuesto enfrentamiento donde falleció Camilo Catrillanca. Se mencionaron cantidad de fuentes utilizadas, espacio y ubicación de las notas, entre otros. A continuación, se profundizará en la información entregada durante ese día, considerando aspectos como el tratamiento que se le dio, analizando tanto las notas publicadas como lo declarado por los editores entrevistados para la investigación.

Si bien Camilo Catrillanca recibió el disparo mortal cerca de las 5.00 de la tarde del 14 de noviembre, los medios comenzaron a informar sobre el hecho cerca de dos horas después, es decir, cuando los medios tradicionales como *La Tercera* y *El Mercurio* se acercaban a la hora de cierre de la edición. El tema se veía delicado en las salas de redacción, por lo que el tratamiento de la información debía tomarse con cierta distancia, tal y como lo comenta un editor de *El Mercurio*:

“(…) sé que al día siguiente tratamos de salir, y creo que fue valorado, como con cierta distancia, porque habían cosas raras. Nosotros tomamos distancia, a diferencia de *La Tercera*, que se la jugó por la versión oficial. No sé si lo viste, que fue muy notorio, y de hecho como que fue valorado, que fuimos muy cautos con esta noticia, porque la información era muy rara, habían versiones distintas y creímos que ahí estaba como el foco”¹⁹.

¹⁹ Ver entrevista a Editor 4 en el anexo de entrevistas.

En tanto, en *La Tercera*, tal y como comentó el editor de *El Mercurio*, predominaron las fuentes oficiales. Consultado sobre cómo se cubren este tipo de casos, el editor de *La Tercera* contestó que “si sale Piñera hablando, tú pones que ‘Piñera dijo que’, es como sentido común. Si Chadwick dice algo, tú no te vas a poner a ‘si’. No po’. Lo que dice él, se lo adjudicas tú a él”²⁰.

Cuestionado sobre cómo este tratamiento de la información podría perjudicar la credibilidad del medio, por un casi nulo contraste de fuentes, y considerando después el cambio de versiones por parte del mismo Gobierno, el editor de Copesa descartó la idea e indicó que “no fue *La Tercera* la que mintió, fue Chadwick. Que la gente no sepa eso para mí no es tema, porque si fuera por eso, en el fondo no podrías publicar nunca nada”²¹.

Justamente este tipo de mecanismos, los de atribuir la información a alguna autoridad en particular, son los que Tuchman (1999) identifica que utilizan los periodistas para argumentar objetividad en su trabajo, mecanismos que, además, les permiten protegerse en caso de demandas judiciales por información que pueda resultar incorrecta.

Si bien, en estricto rigor, ambos medios reportean el hecho adjudicando la información a determinadas fuentes, en *La Tercera* la nota que da cuenta de la muerte de Catrillanca es más parcial en cuanto al tratamiento de la información. Tal y como se detalló anteriormente, solo se cita una fuente ligada a la comunidad mapuche que

²⁰ Ver entrevista a Editor 3 en el anexo de entrevistas.

²¹ Ver entrevista a Editor 3 en el anexo de entrevistas.

cuestiona la versión oficial, y para presentarla en el periódico de Copesa se utiliza la frase “Los miembros de Temucuicui, en cambio, tienen otra opinión” (Chechilnitzky, Vedoya y Zamorano, 2018). La utilización del sustantivo “opinión” implica cierto grado de juicio en la frase emitida, sin que esta esté sustentada sobre pruebas o evidencias, a diferencia de la forma en que se presenta la información entregada por Carabineros o el intendente Mayol, en donde los verbos son más categóricos y no dan lugar a segundas lecturas: “Carabineros informó (...)”, “(...) el general director de Carabineros, Hermes Soto, señaló que (...)” o “El intendente de La Araucanía, Luis Mayol (ver nota secundaria), sostuvo que (...)”.

El Mercurio utilizó doce fuentes en su nota, de las cuales seis cuestionaban la versión entregada por las autoridades gubernamentales y policiales. De hecho, a diferencia de su principal competidor, en *El Mercurio* se cita al director, en esa época, del Instituto Nacional de Derechos Humanos, José Aylwin, quien indica que la bala que mató a Camilo Catrillanca entró por la parte de atrás de su cabeza (Fuentes y Sánchez, 2018). En *La Tercera*, en ninguna de las notas publicadas en su versión impresa se hace alusión al trayecto que habría seguido el proyectil, solo se indica que impactó en la cabeza del comunero.

Respecto a los medios digitales, donde la inmediatez es un concepto clave a la hora de comunicar, la situación es más compleja y las voces oficiales tienen mucho más peso

que en un medio impreso, ya que con solo una fuente se puede producir una nota completa²². Por ejemplo, un editor de *La Tercera* digital recuerda que:

“(...) ahora sí lo dice el ministro del Interior, es *heavy*, porque es un caso único, yo creo que es un caso único en que la clase política tiene que retroceder tanto en una posición súper radical que había tomado en un comienzo. Entonces es difícil, es difícil”.²³

En *LaTercera.com* se replicaron dos notas que salieron publicadas en el diario impreso, siendo una de ellas la que se analizó en párrafos anteriores, y otra en donde la única fuente es el intendente Mayol. No obstante, en la *web* se publicaron otras ocho notas, desde un perfil del comunero a reacciones políticas de diferentes partidos por la muerte del joven, como así también otras referidas a cómo se supo del hecho en La Moneda y las manifestaciones en Santiago protestando por su asesinato.

Respecto a *Emol*, el editor entrevistado detalló que se intentaba que las notas siempre tuvieran una contraparte por la gravedad que representaba el caso, sin embargo, igualmente se realiza una autocrítica respecto a la confianza que los periodistas y los medios depositan en fuentes oficiales, como pasó con el ministro Chadwick:

“Todos los medios la replicaron, porque era la voz oficial. Si la voz oficial te dice que la cosa es así, que es un Gobierno, o sea, uno nunca lo va a cuestionar, es la máxima autoridad de un país y te dice que es así. Es distinto a colgarse de la noticia de otro medio, en la que solo ellos entrevistaron a una persona y tú no sabes el contexto, y te cuelgas de eso; en esta ocasión era el mismo personero

²² Ver entrevista a Editor 1 en el anexo de entrevistas.

²³ Ver entrevista a Editor 2 en el anexo de entrevistas.

de Gobierno diciendo algo para todos, y todos lo tomamos así, si era la voz oficial. Chadwick había dicho que él tenía antecedentes penales o judiciales, no recuerdo cuáles eran. Lo hicimos todos por igual”²⁴.

El día en que falleció Catrillanca, *Emol* publicó un total de tres notas: en una de ellas se comunica la muerte del comunero y las circunstancias en que habría ocurrido su deceso, con un total de tres fuentes (el intendente Mayol, el diputado Miguel Mellado y un parte policial); otra nota tenía como única fuente al general director de Carabineros, Hermes Soto, y la última cita declaraciones nuevamente del intendente de La Araucanía y a la abogada mapuche Karina Riquelme.

En el siguiente apartado se entregarán datos sobre la cobertura de los medios anteriormente citados, respecto a cantidad de notas generadas y otros aspectos vinculados al ejercicio periodístico, como utilización de fuentes, autoría de las notas, material de apoyo utilizado y género de los artículos, entre otros.

Los 38 días de cobertura

Considerando el periodo del corpus (del 14 de noviembre al 21 de diciembre de 2018), y tras filtrar las notas según aquellas que tenían como fuente al Gobierno (Presidente Sebastián Piñera, Ministerio del Interior, Intendencia, Carabineros), a la familia Catrillanca, a la arista judicial y aquellas donde se daba cuenta de salidas de

²⁴ Ver entrevista a Editor 1 en el anexo de entrevistas.

autoridades, en total la muestra quedó conformada por 371 artículos (Tabla 1), los que en su mayoría corresponden a notas publicadas en las plataformas digitales.

Medio	Notas
<i>La Tercera</i>	76
<i>LaTercera.com</i>	118
<i>El Mercurio</i>	58
<i>Emol</i>	119

Tabla 1

Llama la atención, además, que *La Tercera* publicó más notas en su versión impresa que *El Mercurio*. No obstante, no es posible deducir que este último haya otorgado menor cobertura al caso, ya que es necesario considerar que ambos periódicos tienen diferentes formatos, por lo que el espacio resulta un aspecto a considerar.

El Mercurio es un periódico de gran formato o formato sábana, por lo que el espacio para una nota es mucho mayor. En ese sentido, no resulta sorprendente que ninguna de las notas de la muestra ocupara una página completa o más de una. En su mayoría, las notas ocupaban más de la mitad o hasta tres cuartos de la página (27,59%) y más de un cuarto y menos de la mitad (22,41%).

En el caso de *La Tercera*, puesto que el formato es tabloide, es decir, más pequeño, es posible encontrar notas que ocupan la página completa (11,84%) o bien más de una

página (19,74%). No obstante, en su mayoría las notas ocupan más de la mitad o hasta tres cuartos de la página (27,63%).

Respecto a la alta cantidad de notas publicadas en las plataformas digitales, el espacio no resulta un indicador que entregue información precisa sobre la cobertura otorgada al caso, ya que las páginas *web* son dinámicas y su tamaño varía (en términos de extensión, no en términos de medida de almacenamiento). Por este motivo, se decidió contabilizar la cantidad de caracteres que tenía cada nota, con el fin de generar un indicador similar al del espacio en los medios impresos.

De esta forma, se determinó que, en promedio, los 118 artículos de *LaTercera.com* rondaban los 2.877 caracteres, mientras que en *Emol*, los 119 artículos promediaban los 2.954 caracteres. En el primer medio, la nota más extensa tuvo un total de 11.473 caracteres y la más corta solo 268. En el medio de El Mercurio S.A.P., la nota más larga fue de 9.194 y la más corta de 717 caracteres.

Considerando los promedios de las notas de los medios digitales, como así también sus notas más cortas, es posible inferir que la alta presencia de notas en la muestra correspondientes a *LaTercera.com* y *Emol* responde justamente a la necesidad de generar contenido de manera constante y veloz, tal y como relataba el editor de *Emol* en el Capítulo 4.

Esto también es posible apreciarlo en la Tabla 2 y Tabla 3, en donde se detallan, día a día, la cantidad de notas que conformó la muestra en el periodo de dos meses. En los 38 días considerados, en *LaTercera.com* en solo nueve días no apareció información sobre

el caso (de acuerdo a los parámetros establecidos para esta investigación). En el caso de *Emol*, los días sin cobertura al caso solo son seis.

		<i>La Tercera</i>	<i>LaTercera.com</i>	<i>El Mercurio</i>	<i>Emol</i>
Noviembre	14	0	2	0	3
	15	2	10	1	10
	16	4	7	3	5
	17	5	1	4	2
	18	2	7	1	9
	19	4	6	4	6
	20	4	3	3	5
	21	4	3	2	2
	22	4	4	3	3
	23	4	4	2	2
	24	2	0	2	1
	25	0	0	0	2
	26	0	0	0	2
	27	1	1	1	0
	28	2	1	0	1
	29	1	3	0	4
30	2	6	1	8	
Total		41	58	27	65

Tabla 2

		<i>La Tercera</i>	<i>LaTercera.com</i>	<i>El Mercurio</i>	<i>Emol</i>
Diciembre	1	3	1	1	0
	2	2	1	1	1
	3	3	6	1	6
	4	3	5	4	2
	5	3	2	3	1
	6	1	3	1	5
	7	1	3	2	5
	8	3	1	1	0
	9	1	0	0	0
	10	2	3	1	1
	11	1	7	2	5
	12	3	8	3	7
	13	2	0	2	2
	14	1	0	0	2
	15	1	0	0	0
	16	1	0	0	1
	17	0	0	0	0
	18	0	2	0	1
	19	1	9	2	6
	20	2	5	4	5
	21	1	4	3	4
Total		35	60	31	54

Tabla 3

De acuerdo a las definiciones establecidas en la metodología de esta investigación, respecto al género de las notas, la mayoría se trata de notas informativas, primando en todos los medios y soportes (ver Tabla 4). Considerando que este tipo de textos está acotado a la entrega de una información puntual y novedosa, es esperable que este sea el género predominante en todos los medios analizados. No obstante, el segundo género más utilizado, aunque en una cantidad mucho menor, es el reportaje, que por lo general implica más tiempo y más fuentes para entregar un relato más completo de información. Cabe considerar que en el corpus no se incluyeron las secciones de reportajes de cada medio

debido a que los editores entrevistados eran de otras áreas, las que se rigen con otros tiempos y otros equipos periodísticos. Por este motivo, ya que no se consideró la sección de reportajes de cada medio, este tipo de género muy probablemente tiene una presencia mayor que la que es expuesta en esta investigación. No obstante, a pesar de que el número pueda ser variable, el hecho de que hayan reportajes en secciones en las que existe una predominancia de notas informativas destaca la importancia que se le otorgó a la cobertura de este caso.

En su mayoría, los artículos corresponden a notas informativas (91,6%), seguidas por reportajes (5,3%) y por entrevistas (1,6%). El resto (1%) son recuadros o notas secundarias, fotografías con texto y otros (videos de *La Tercera TV*).

	<i>La Tercera</i>	<i>LaTercera.com</i>	<i>El Mercurio</i>	<i>Emol</i>	Total
Nota informativa	70	107	53	110	340
Entrevista	2	0	3	1	6
Reportaje	4	7	1	8	20
Recuadro o nota secundaria	0	0	1	0	1
Fotografía con texto	0	1	0	0	1
Otro	0	3	0	0	3
Total	76	118	58	119	371

Tabla 4

Sobre la ubicación de las notas, esta varía de acuerdo a cada medio. En *Emol* no existe más que solo una categoría para las notas que conformaron este corpus, por lo que todas están en la sección Nacional. En el caso de *El Mercurio*, las notas se dividían entre las secciones Nacional y Política, estando la mayoría en la primera (65,52%). A pesar de lo anterior, no es posible afirmar que exista una tendencia de cubrir el hecho desde una perspectiva más política que judicial, por ejemplo, ya que las secciones del periódico

(Nacional y Política) no especifican necesariamente el trabajo de cada uno de los equipos periodísticos de la redacción de *El Mercurio*. De esta forma, por ejemplo, el equipo que cubre Justicia en *El Mercurio* puede producir notas que pueden ser publicadas en Nacional o Política, dependiendo de los actores involucrados.

Por el lado de *La Tercera* se podría mencionar que existen tres categorías: aparte de Nacional y Política, también se encuentra una especie de sección llamada Temas de hoy, en donde se destacan las notas más relevantes del día, que por lo general corresponderían a Nacional o Política. La sección parecería cumplir más bien una función editorial del diario, ya que se ubica al principio del periódico, por lo que los lectores se encuentran con las noticias que el medio considera más importantes durante la jornada. Considerando estas secciones, la mayoría de las notas de la muestra (57,89%) se ubicaron en Temas de hoy. El resto se ubicó en Nacional (35,53%) y en Política (6,58%).

En el caso de *LaTercera.com*, la sección Temas de hoy no existe y las notas se clasifican en Nacional, Política y otras exclusivas de la *web*, como *La Tercera PM* o *La Tercera TV*. Éstas últimas concentran el 27,12% de las notas, mientras que Nacional tiene la mayoría, con 45,76% (Política tiene el 27,12% de las notas). Se podría pensar que la sección Temas de hoy no es útil en una plataforma digital, ya que existen otros recursos para destacar aquellas notas que el medio considera más relevantes, como publicarlas en el inicio de la página.

Debido a que casi tres cuartos de las notas publicadas en *LaTercera.com* están clasificadas en las secciones de Nacional o Política, y considerando el alto volumen de

notas que componen la muestra, vale la pena preguntarse cuántas de estas notas fueron replicadas en su versión impresa. Es decir, cuántas veces *La Tercera* publicó en el periódico impreso una nota que proviniera de *LaTercera.com*.

Según lo explicado en el marco metodológico, cada una de las notas que componen la muestra de cada medio fue originalmente publicada en un soporte específico. De esta forma, cuando se realizó la codificación de la muestra, se estableció un indicador que consigna si la nota fue replicada, o no, en la otra plataforma que posee la empresa periodística. Es así como se llega al resultado de que de las 118 notas publicadas en *LaTercera.com*, solo una de ellas fue publicada en la versión impresa. En tanto, de las 76 notas que publicó *La Tercera* en el periódico impreso, un 60,53% fue replicada posteriormente en la versión digital. Dichos resultados demuestran que, si bien se intenta realizar un proceso de modernización de la forma de trabajo en *La Tercera*, intentando otorgar una mayor importancia a la información publicada en *LaTercera.com*, el papel aún tiene un gran peso dentro de la empresa. Una vez más, es imprescindible destacar que el caso considerado en esta investigación se desarrolló durante noviembre y diciembre de 2018, cuando los planes de reestructuración se estaban comenzando a implementar. Por este motivo, concluir la importancia que tiene el periódico impreso dentro de la empresa está limitada a dicho periodo de tiempo.

Respecto a *El Mercurio* y *Emol*, ninguno de los dos medios publicó, de forma íntegra, alguno de los artículos del otro medio. Sin embargo, en *Emol* una práctica habitual es realizar una nota informando sobre algún texto publicado en *El Mercurio*, sin que esto

implique replicar la nota en su totalidad²⁵. De este tipo de casos se encontraron siete coincidencias en *Emol*, en donde se menciona un extracto de la nota de *El Mercurio* y luego se realiza un hipervínculo a la nota original.

Retomando la importancia del Caso Catrillanca en la agenda mediática, anteriormente mencionada en la clasificación de notas de acuerdo a su sección -la que era más evidente en el caso de *La Tercera* gracias a Temas de hoy-, otra de las formas de determinar la relevancia de este hecho noticioso para los medios impresos es su presencia en la portada. Que un tema sea destacado en la primera página del periódico da cuenta de una decisión editorial, por lo que las noticias anunciadas en la portada se convierten en una prioridad periodística para el medio.

¿Fue el Caso Catrillanca una prioridad para *La Tercera* y *El Mercurio*? Considerando las veces que fue anunciado en la portada de cada periódico, la respuesta es afirmativa. De hecho, de las 134 notas publicadas por ambos medios, el 82% de ellas fueron destacadas en la portada (ver Tabla 5).

¿Apareció en la portada?	<i>La Tercera</i>	<i>El Mercurio</i>	Total
Sí	66	44	110
No	10	14	24

Tabla 5

²⁵ Ver entrevista a Editor 1 en el anexo de entrevistas.

Sobre los medios digitales, si bien cuentan con una portada correspondiente a la página de inicio, esta es dinámica y cambia minuto a minuto dependiendo de la contingencia. Además, a diferencia de las notas publicadas *online*, sobre las noticias destacadas en el inicio no existe un registro, por lo que resulta imposible aplicar dicho indicador en *LaTercera.com* y *Emol*.

Tanto la presencia del tema en la portada, como así también otros recursos con los que cuentan los medios para entregar la información, se pueden comprender a través de la Teoría del *framing*. También conocida como Teoría del Encuadre, este concepto se nutre de varias disciplinas, entre ellas la sociología, la psicología y los estudios en comunicación, entre otras, para hacer referencia a las estructuras que organizan el discurso (Miceviciute, 2013). Considerando que su origen se encuentra en diferentes enfoques disciplinarios, no existe consenso en una única definición, por esto variará dependiendo del área de conocimiento en la que se utilice (Aruguete, 2011).

En este caso, considerando la presente investigación en comunicación, se utilizará la propuesta que entrega Aquiles Chihu (2012) sobre el *framing* en los medios, la que define como un proceso por el que un producto periodístico define un problema de fondo y lo articula a través de un conjunto de consideraciones sobre el tema. Dicho proceso es una “perspectiva infundida a un mensaje que promueve el énfasis y la elección de ciertas piezas de información sobre otras” (pp. 88). Es así como la presencia del Caso Catrillanca en la portada de los medios nos da a entender, tomando en cuenta la Teoría del Encuadre, que el hecho noticioso efectivamente fue una prioridad para ambos medios.

Entre los otros recursos con los que cuentan los medios para entregar información sobre un tema está la utilización de recuadros o notas secundarias, los que permiten complementar la noticia con antecedentes u otras aristas. En ese sentido, solo *La Tercera* y *El Mercurio* recurren a este recurso, pero de forma acotada. De las 58 notas analizadas en *El Mercurio*, un 37,93% tenía recuadros o notas secundarias, mientras que en *La Tercera* solo un 15,79% de las 76 notas los utilizó. Si bien estas cifras no permiten analizar qué tipo de postura adoptaron los medios frente al Caso Catrillanca, ya que eso implicaría realizar un análisis del discurso a las 34 notas que usaron recuadros o notas secundarias, sí es posible inducir que ambos periódicos utilizan este recurso para destacar información en casos que son prioridad para sus propias agendas mediáticas.

Los recuadros o las notas secundarias no fueron utilizados por *LaTercera.com* ni por *Emol*. Sin embargo, ambas plataformas digitales cuentan con otros recursos facilitados por las nuevas tecnologías. Entre las ventajas que ofrecen las plataformas *web* se encuentra que el texto escrito no es la única forma de presentar una noticia: videos, archivos de audio, hipervínculos, entre otros, son utilizados para enriquecer la información.

A pesar de las ventajas que ofrece la *web*, resultan muy curiosos los resultados obtenidos al contabilizar este tipo de recursos en *LaTercera.com* y *Emol*. Se podría esperar que en la muestra abundara la utilización de ellos, no obstante, en la práctica las cifras son muy bajas (ver Tabla 6).

En una primera preconcepción, se podría suponer que las notas digitales estarían saturadas de hipervínculos, sin embargo, la realidad es otra: *LaTercera.com* utilizó dicho

recurso solo en 17 ocasiones, mientras que *Emol* tiene un gran uso de hipervínculos porque cuenta con recuadros que relacionan la noticia con información que amplía la nota. *LaTercera.com* también cuenta con un sistema similar, pero este funciona de manera diferente, ya que recomienda de forma automática textos de *LaTercera.com* basados en los últimos hechos y no artículos que permitan conocer antecedentes relativos a la noticia que se está leyendo.

Para ejemplificar lo anterior, en las dos notas generadas por ambos medios el 14 de noviembre para informar sobre la muerte de Camilo Catrillanca, el recuadro con hipervínculo de *Emol* sugiere leer un artículo sobre el Comando Jungla, el equipo de Carabineros que provocó la muerte del comunero. En cambio, en el artículo de *LaTercera.com* sobre la muerte de Catrillanca, el recuadro destaca una nota sobre un ataque incendiario en La Araucanía y otra sobre el primer aniversario de la muerte del joven mapuche. De esta forma, es posible afirmar que el diseño de la página de *Emol* está enfocado en que la información publicada en el mismo sitio se entrelace y se complemente, a diferencia de *La Tercera*, donde el diseño responde más bien a publicar noticias que pueden, o no, estar relacionadas con la nota principal.

En ese sentido, es posible inferir que en el sistema de *Emol* existe participación por parte del autor de la nota de sugerir qué otras pueden ser de interés para el lector. Esta situación no ocurriría en *LaTercera.com*, ya que en la elección de noticias relacionadas no interferiría el periodista y sería más bien una configuración automática del sistema de asignar otras noticias con elementos en común.

Otro material de apoyo que también destaca por su bajo uso es la publicación de videos, lo que resulta llamativo porque en el Caso Catrillanca una de las pruebas clave para confirmar el montaje de Carabineros fue la publicación de archivos audiovisuales en donde se ve el operativo que terminó con la muerte del comunero.

También existe un muy escaso uso de insertos de redes sociales, códigos que las mismas plataformas sociales ponen a disposición de sus usuarios para insertar y republicar opiniones e impresiones de autoridades o personajes destacados. En este caso, esto podría responder a que se trataba de un caso delicado y las autoridades involucradas se refirieron a la situación de forma controlada, a través de puntos de prensa anunciados con anterioridad.

	<i>LaTercera.com</i>	<i>Emol</i>
No	0	0
Fotografías	108	118
Líneas de tiempo	0	1
Mapas	0	0
Gráficos	0	0
Datos destacados	1	37
Ilustraciones	0	0
Videos	13	3
Audios	0	0
Hipervínculos	17	109
Documentos	2	1
Inserto de redes sociales	5	4
Minuto a minuto	1	1

Tabla 6

En las notas digitales de los dos medios no se contabilizó registro alguno de mapas, gráficos, ilustraciones ni audios. A pesar de esto, no es posible apresurarse a inferir que estos recursos son desaprovechados por las plataformas digitales, ya que los resultados presentados en esta investigación están acotados a parámetros puntuales establecidos en la metodología.

En el caso de los periódicos impresos, las cifras relativas a la utilización de material están acotadas, en su mayoría, al uso de fotografías y datos destacados, como citas y cifras atinentes a la nota. Como es de esperar por el soporte de los periódicos, los indicadores de videos, audios, hipervínculos, documentos, insertos de redes sociales y los minuto a minuto no tienen presencia alguna.

Al igual como se explicó con el caso de los recuadros y notas secundarias, los resultados del uso de estos recursos en los periódicos impresos no permiten analizar el tratamiento discursivo otorgado al Caso Catrillanca, pero sí permiten identificar el material de apoyo que utilizan ambos medios en este tipo de hechos noticiosos (ver Tabla 7).

	<i>La Tercera</i>	<i>El Mercurio</i>
No	14	7
Fotografías	60	49
Líneas de tiempo	5	1
Mapas	1	0
Gráficos	0	0
Datos destacados	26	34
Ilustraciones	1	0
Videos	0	0
Audios	0	0
Hipervínculos	0	0
Documentos	0	0
Inserto de redes sociales	0	0
Minuto a minuto	0	0

Tabla 7

Autoría de las notas

En tiempos en los que la información abunda gracias a la masificación y acceso a diversos medios de comunicación, identificar el origen de un dato se convierte en una máxima para poder corroborar su veracidad. De hecho, para poder llevar a cabo la presente investigación resultó clave poder identificar a los autores de las notas publicadas en los

cuatro medios estudiados. Sin este paso, no habría sido posible entrevistar a los autores para determinar cómo se presenta la rutina en el periodista.

Del total de los 371 artículos que componen el corpus de esta investigación, solo el 8% de las notas no estaba firmada: 2 de *La Tercera*, 11 de *LaTercera.com*, 11 de *El Mercurio* y 6 de *Emol*. No obstante lo anterior, de no existir ningún tipo de indicación del autor de las notas, esto también habría sido un hallazgo interesante. De acuerdo a lo planteado por Santa Cruz (2015), la lógica de la sociedad moderna chilena en la que están insertos los periodistas, termina anulando su estatus profesional y los convierte en subordinados de los intereses económicos, políticos e ideológicos de las empresas periodísticas (pp. 142-143). En ese sentido, se podría destacar que la firma en las notas responde a una reivindicación del periodista por destacar su esfuerzo y su profesionalismo.

Por otra parte, también está el mito profesional del periodismo al que se refieren Stange y Salinas (2009), en el que se caracteriza al periodista como un profesional íntegro, ético y que, en su afán por buscar la verdad, se convierte en un indispensable mediador social gracias al “buen periodismo” ejercido (pp. 9-10). Considerando lo anterior, se podría especular que la autoría de una nota podría responder a este ideal de hacerse responsable del trabajo propio e, incluso, a cierto egocentrismo de buscar reconocimiento.

A pesar de las apreciaciones anteriores, la importancia que tiene para cada periodista ser reconocido en una nota será tratado en el Capítulo 6, en donde se presentan los hallazgos tras entrevistar a periodistas que estuvieron involucrados en la cobertura del Caso Catrillanca.

Retomando el análisis de los datos obtenidos de la codificación del corpus, otro de los resultados es que la mayoría de las notas tenían un solo autor (63%), mientras que el 28% corresponde a notas escritas por dos o más periodistas. Este último dato demuestra que una práctica común dentro de las salas de redacción es escribir textos de manera colectiva, por lo que algunos artículos pueden llegar a tener hasta cinco autores, tal y como se puede apreciar en la Tabla 8.

	<i>La Tercera</i>	<i>LaTercera.com</i>	<i>El Mercurio</i>	<i>Emol</i>	Total
Un autor	33	79	21	103	236
Dos autores	28	24	13	10	75
Tres autores	11	3	10	0	24
Cuatro autores	2	0	3	0	5
Cinco autores	0	1	0	0	1
Total	74	107	47	113	341

Tabla 8

Como se mencionó, para esta investigación era necesario identificar a los periodistas que trabajaron en el Caso Catrillanca en los diferentes medios. Por eso, en la

codificación del corpus también se ingresaron los autores de cada una de las notas y la cantidad que generaron (en la Tabla 9 están los que más notas firmaron).

<i>La Tercera</i>	<i>LaTercera.com</i>	<i>El Mercurio</i>	<i>Emol</i>
V. Rivera (25)	C. Batarce (20)	L. Cruzat (17)	T. Cerna (34)
S. Vedoya (19)	I. Toro (18)	C. Acuña (10)	M. Romero (19)
F. Díaz (14)	A. Baeza (15)	J. Martínez (7)	T. Molina (14)
C. Zamorano (11)	C. Reyes (13)	D. Inostroza (7)	L. Núñez (13)
P. Catena (11)	P. Catena (9)	V. Fuentes (6)	J. Peña (10)

Tabla 9

Las fuentes citadas

De las 371 notas analizadas, solo 28 de ellas no contaban con una fuente. Es decir, las notas contenían información que no estaba atribuida a ninguna persona o documento, lo que lleva a cuestionar de dónde surgieron los datos. Del resto de las notas, en su mayoría abundaban aquellas que sólo contaban con una fuente (Tabla 10).

Tal y como comentó un editor de *Emol* en el Capítulo 4 de esta investigación, efectivamente en las ediciones digitales a partir de una sola fuente se puede sustentar una nota completa. Si bien en todos los medios las notas que predominan son las que cuentan con una sola fuente, en el caso de *LaTercera.com* y *Emol* las notas con una sola fuente son más de la mitad de la muestra total de cada medio. En el primer caso, las notas con una sola fuente representan el 51,6%, mientras que, en el segundo, el 54,6%. En *La*

Tercera impresa este tipo de notas corresponde al 25%, mientras que en *El Mercurio* representan el 27,5%.

Esta situación revela un cambio en la rutina en el caso de los periodistas que trabajan en el área digital, los que, presionados por la inmediatez, deben recurrir a dosificar la información. Es decir, una nota que podría haber sido más extensa y haber incluido tres o cuatro fuentes, es dividida para generar más de una nota, en las que se trata el mismo tema, pero con diferentes fuentes.

Cantidad de fuentes	Cantidad de notas			
	<i>La Tercera</i>	<i>LaTercera.com</i>	<i>El Mercurio</i>	<i>Emol</i>
0	2	15	5	6
1	19	61	16	65
2	14	30	10	29
3	17	4	7	9
4	5	5	9	3
5	10	1	6	2
6	3	1	2	2
7	3	0	1	0
8	1	1	0	0
9	0	0	1	0
10	1	0	0	1
11	0	0	0	1
12	1	0	1	1

Tabla 10

Tal y como se estableció en la metodología, la codificación también contempló la identificación de qué fuentes eran citadas. En todos los medios, la más citada correspondió al ministro del Interior, Andrés Chadwick, quien tuvo una activa participación en la

vocería del caso Catrillanca, la que le valió, como se expuso, una interpelación debido a las diferentes versiones que entregó sobre el operativo. El resto de fuentes corresponden, en su mayoría, a instituciones y autoridades ligadas al Poder Ejecutivo. Marcelo Catrillanca, padre de la víctima, aparece recién en el cuarto o quinto lugar de menciones. Esto da cuenta de que en el periodismo, tanto el impreso como el digital, se le otorgó mayor importancia y cobertura a las fuentes oficialistas en desmedro de aquellas ligadas a comunidades mapuches. A diferencia de otros datos presentados en la investigación, estos resultados sí permiten afirmar que existe un sesgo ideológico en la presentación de la información, más aun considerando que las acusaciones realizadas por la familia Catrillanca eran correctas desde un principio.

Las fuentes más citadas			
<i>La Tercera</i>	<i>LaTercera.com</i>	<i>El Mercurio</i>	<i>Emol</i>
Andrés Chadwick (15)	Andrés Chadwick (17)	Andrés Chadwick (13)	Andrés Chadwick (27)
Fiscalía (12)	Sebastián Piñera (14)	Documentos (13)	Hermes Soto (16)
Hermes Soto (12)	Hermes Soto (11)	Hermes Soto (8)	Sebastián Piñera (15)
Carabineros (11)	Carlos Alarcón (8)	Fiscalía (6)	Luis Mayol (14)
Marcelo Catrillanca (9)	Marcelo Catrillanca (8)	Marcelo Catrillanca (6)	Marcelo Catrillanca (12)

Tabla 11

En este capítulo se han presentado los hallazgos de la codificación de las notas que conformaron el corpus de esta investigación. A partir de ellos es posible identificar diferentes formas de trabajo de acuerdo a la plataforma del medio. Sin embargo, hay que destacar que los resultados están acotados al Caso Catrillanca y a las notas que forman parte de la muestra, por lo que podrían variar si se presentan otros parámetros. En el siguiente capítulo se contrastará la información presentada en este y el anterior capítulo

con las entrevistas realizadas a periodistas que cubrieron el Caso Catrillanca para determinar cómo las rutinas periodísticas se evidencian en cada uno de ellos.

CAPÍTULO 6

EL PERIODISMO EN PRIMERA PERSONA

El ejercicio del periodismo puede ser estudiado desde diversas aproximaciones, como se ha mostrado en el anterior capítulo, considerando aspectos formales como utilización de fuentes, recursos de apoyo como fotografías, videos y documentos, entre otros, además de la observación de la estructura de los medios, en esta investigación en particular, la de los periódicos. No obstante, las rutinas periodísticas, por más que se inserten en una lógica de trabajo en el medio en el que se encuentran, no dejan de ser una práctica individual que varía de acuerdo a cada periodista. Por este motivo, para determinar cómo han influido las nuevas tecnologías en las rutinas periodísticas y qué tanto influye la estructura de cada medio, resultaba indispensable entrevistar a periodistas y consultarles sobre sus procesos de producción.

Tras identificar a los periodistas que participaron en la cobertura al Caso Catrillanca²⁶, se comenzaron a realizar los intentos para contactarlos y solicitar una entrevista. Tal y como se mencionó en la metodología, se requería una entrevista a un periodista de cada medio, es decir, cuatro entrevistas como mínimo. En total, siete profesionales accedieron a participar de la investigación y fueron entrevistados entre el 16 de octubre de 2018 y el 27 de diciembre. Los periodistas cubrieron el Caso Catrillanca

²⁶ Ver Tabla 9 en el Capítulo 5.

desde diferentes frentes: oficialismo, judicial o general. A todos se les realizaron preguntas ligadas a cómo era un día de trabajo normal, cómo se coordinaban con otros colegas para realizar una nota en común, cómo se contactaban con sus fuentes, la influencia de redes sociales en sus trabajos y cómo cubrieron la muerte de Camilo Catrillanca, además de aspectos relacionados con la práctica periodística. La transcripción íntegra de las entrevistas realizadas puede ser encontrada en el anexo de esta investigación.

Considerando que en los capítulos anteriores se explicó cómo es el proceso de producción de una noticia según la lógica de cada medio (Capítulo 4) y cómo en la práctica se pueden identificar ciertas rutinas (Capítulo 5), en el presente apartado se abordan las rutinas periodísticas desde la percepción de los mismos periodistas, exponiendo cómo se establece la relación con sus fuentes, la influencia de las nuevas tecnologías en su quehacer, entre otros aspectos que no es posible determinar a partir de los capítulos anteriores. En una primera aproximación se relata cómo definen su rutina y cómo influye en ella el uso de nuevas tecnologías, además de cómo se da el trabajo en equipo en cada redacción; luego, se hace referencia al rol que juega la inmediatez en cada uno de los profesionales y cómo reaccionan ante ella. Finalmente, se detalla cómo abordaron el Caso Catrillanca, considerando los reveses que sufrió la investigación y cómo se pudo haber visto afectada la credibilidad del periodismo.

Un día normal

Tras las entrevistas realizadas, se puede establecer ciertas prácticas comunes a todos los periodistas, con ligeras diferencias en horarios y características específicas a cada medio y sección en la que se desempeñan, como es de esperar.

A grandes rasgos, todos coinciden en que el día comienza cuando se informan de lo que publicaron otros medios de comunicación (a través de periódicos y radios, principalmente), para luego preparar los temas que eventualmente formarán parte de la pauta del medio en el que trabajan, coordinarse con sus editores y compañeros de sección (a través de reuniones de pauta y mensajería instantánea, lo que será tratado en los siguientes apartados) y el desarrollo de las notas asignadas.

Debido a que este tipo de actividades han sido estudiadas en diversas investigaciones (Schlesinger, 1992), en los subcapítulos siguientes se desarrollan aquellas aristas que se han visto fuertemente influenciadas por el uso de nuevas tecnologías.

El uso de *Whatsapp*

La utilización constante que se realiza de aplicaciones de mensajería instantánea como *Whatsapp* también se replica en las prácticas periodísticas. Este software permite un contacto instantáneo con una o varias personas a la vez, además de entregar otro tipo de características útiles para los periodistas, como las notificaciones de si un mensaje fue leído por parte de su receptor, fecha en la que se conectó por última vez, envío de archivos como fotografías, videos y documentos, entre otras funcionalidades.

La forma en que dicha aplicación es utilizada en las salas de redacción es posible apreciarla en un artículo de Dodds (2019), en donde detalla cómo *Whatsapp* ha impactado la producción de noticias afectando la temporalidad de las rutinas periodísticas, generando nuevos niveles de intimidad entre periodistas y fuentes, y nuevas formas de camaradería entre periodistas. A través de una investigación basada en una observación participante que implicó el ejercicio del periodismo por parte del investigador, Dodds da cuenta de cómo se establecen otro tipo de relaciones con las fuentes, cómo el tiempo de producción de noticias cambia (al recibir de manera instantánea información de último momento) o cómo los periodistas crean grupos con decenas de colegas donde se comparten información y datos de contacto de potenciales fuentes. Durante siete meses, Dodds trabajó en dos medios de comunicación (*La Tercera* y *Teletrece*) donde observó las dinámicas de trabajo y, en específico, la utilización de esta aplicación.

Sobre cómo la aplicación ayuda a organizar los medios de forma interna, solo se menciona que los compañeros de trabajo lo ayudaban enviándole contactos a través del software y que permitía coordinar a diferentes equipos de trabajo dentro de un medio (Dodds, 2019, p. 9-14). Sin embargo, no se refiere a otros aspectos que mencionan los periodistas entrevistados en la presente investigación, como la coordinación dentro de una misma sección para realizar las pautas diarias.

De los siete periodistas entrevistados, cuatro mencionaron que antes de que se realice la pauta de cada medio, las secciones a las que pertenecen se coordinan

internamente a través de grupos de *Whatsapp*²⁷. A través de este medio proponen temas propios y hechos que deberían marcar la agenda noticiosa del día, los que son recopilados por coordinadores o editores de cada sección, para luego ser presentados en las respectivas pautas. Así lo relata un periodista de *El Mercurio*²⁸:

“Reunión de pauta en la mañana no hay, uno ya con el tiempo va programando sus jornadas. Yo tengo una agenda donde voy viendo cuando van saliendo temas o si se va a conocer algo, entonces voy revisando mi agenda. Pero día a día nosotros tenemos la obligación de hasta las 9.30 de la mañana de mandar nuestra pauta a los periodistas de la sección a través de un grupo de *Whatsapp* que lidera el editor (...) y a las 10 de la mañana él entra a la reunión de editores, con las pautas consolidadas de sus periodistas. Él las jerarquiza y vende las tres o cuatro pautas más interesantes que tiene”.

Además, la aplicación es utilizada no sólo para organizar las pautas, sino que también la información dentro de un medio. Por ejemplo, una periodista de *LaTercera.com*²⁹ indica que la aplicación sirve para compartir reporteo. Debido a que el equipo que trabaja en la versión digital de *La Tercera* cubre en su mayoría *breaking news*, no siempre cuenta con el tiempo para desplazarse hasta los diferentes frentes noticiosos. En ese sentido, durante la reunión de pauta, se indica qué periodistas de otras secciones cubrirán pautas específicas, los que pueden despachar al equipo *online* información para que sea subida a la *web*. Dichos despachos se realizan justamente a través de *Whatsapp*, aplicación que, a juicio de la periodista, “nos llegó a simplificar la vida, totalmente”. La

²⁷ Ver entrevistas a Periodista 1, Periodista 2, Periodista 3 y Periodista 7 en el anexo de entrevistas.

²⁸ Ver entrevista a Periodista 7 en el anexo de entrevistas.

²⁹ Ver entrevista a Periodista 4 en el anexo de entrevistas.

aplicación gana terreno como herramienta de trabajo entre los periodistas ya que facilita el ejercicio evitando traslados innecesarios y permite, además, enviar archivos de diferentes formatos de forma instantánea.

Una periodista de *Emol*³⁰ también corrobora esto, indicando que periodistas fijos en ciertos frentes (La Moneda, Fiscalía, Tribunales, entre otros) mandan a sus colegas cuñas y documentos entregados a los equipos de prensa a través de grupos de *Whatsapp*, los que pueden servir para otras secciones en donde coinciden temas.

Otra de las formas para la que se utiliza esta herramienta de mensajes es para la obtención de fuentes de información. Todos manifestaron que utilizan la aplicación para contactar a sus fuentes. De hecho, debido a que la aplicación es gratuita y tampoco requiere dispositivos de alta gama, el uso de *Whatsapp* es común en la población, incluso entre altas autoridades. Un periodista de *El Mercurio* destaca que, a través de la app, mantiene contacto con diferentes autoridades, como el subsecretario del Interior, Rodrigo Ubilla, quien le manda *off the record*, información que el periodista puede investigar o presentar como una exclusiva³¹.

Whatsapp es una herramienta por la cual es posible mantener un contacto constante con las fuentes. La periodista de *Emol*³² detalla que, en casos en los que es necesario realizar una nota con expertos en un tema en particular, ella ya cuenta con contactos recurrentes que saben que serán contactados. Así, ella puede enviar un mensaje pidiéndole

³⁰ Ver entrevista a Periodista 6 en el anexo de entrevistas.

³¹ Ver entrevista a Periodista 7 en el anexo de entrevistas.

³² Ver entrevista a Periodista 6 en el anexo de entrevistas.

a la fuente que se refiera a un punto en particular para que después esta simplemente conteste a través de un mensaje de voz, evitando el desplazamiento hasta un lugar determinado o la realización de una entrevista donde se utilizará solo una cuña. La aplicación agiliza el proceso de producción de una noticia: ante un hecho noticioso, el periodista puede crear un relato el que luego será complementado con citas que sustenten el texto. Es decir, el periodista ya no tiene la necesidad, en algunos temas, de coordinar y realizar una entrevista para filtrar, posteriormente, aquellas cuñas que le sean útiles para su nota. Ahora solo basta que le solicite a una fuente que le envíe una declaración, sobre un punto en particular, a través de la aplicación.

En el mismo sentido, la rapidez que permite *Whatsapp* para contactar a una fuente, además de la facilidad que entrega para contestar un requerimiento de un periodista, es fundamental para que se haya convertido en una herramienta masivamente utilizada por los periodistas en las salas de redacción. Si sale una información de última hora y es necesario confirmar con una fuente confiable, el periodista solo necesita enviar un mensaje³³. Esta práctica podría responder a que la aplicación permite que la fuente entregue una respuesta de forma más rápida y discreta en comparación a una llamada telefónica.

De hecho, la herramienta no es utilizada solo por los periodistas para buscar una fuente, ya que son ellas mismas las que se encargan de enviar mensajes de voz o

³³ Ver entrevista a Periodista 5 en el anexo de entrevistas.

declaraciones escritas a través de la aplicación, de acuerdo a lo que detalla una periodista de *El Mercurio*³⁴:

“Los parlamentarios, que son secos para tratar de salir en todas partes, te mandan ellos mismos la cuña cortada como mensaje de audio, y chao. Y también en la misma línea el tema digital es súper importante porque yo, al ir cubriendo Moneda, ya estaba como en ocho o nueve grupos de *Whatsapp* del Gobierno: uno es con los periodistas, otro con Presidencia, en donde te daban todos los datos de Sebastián Piñera, otro era de Cancillería, otro de Justicia, otro de Segpres. Entonces, al final tu *Whatsapp* es todo, todo; más incluso que los medios”.

Esto indica que el trabajo periodístico se ve influenciado por el uso de esta aplicación, que no sólo es usada como herramienta para investigar, sino que también es utilizada como un canal de difusión por parte de potenciales fuentes. Incluso, hasta cierto punto simplifican tanto el trabajo de un periodista que este ya no tendría la necesidad de acudir a la búsqueda de la noticia, ya que llegaría directamente a su celular. En ese sentido, se produce una relación de codependencia entre fuente y periodista: mientras que el segundo mantiene el contacto con su fuente para recibir información, el primero también ve una oportunidad de lograr comunicar lo que sea afín a sus objetivos políticos. De esta forma, resulta válido cuestionar la transparencia de las fuentes utilizadas por el periodista, porque realmente no es posible determinar si el periodista se está valiendo de un recurso de información, o bien está siendo utilizado de forma instrumental por su “fuente”.

³⁴ Ver entrevista a Periodista 2 en el anexo de entrevistas.

La misma periodista de *El Mercurio*³⁵ señala que otra de las ventajas de la aplicación es que permite dejar un registro de todo lo conversado, lo cual sería fundamental para resguardar la integridad del periodista: ya no es necesario acudir a grabadoras o conversaciones *off the record*, sino que simplemente se puede guardar una captura de pantalla de lo conversado por ambas partes. Esto, junto a la rapidez, instantaneidad y facilidad de usar *Whatsapp* son características que dan luces de la masividad y hegemonía que ha logrado la *app* dentro de las salas de redacción.

Whatsapp permite no sólo la organización entre periodistas de un medio, sino que el contacto de fuentes y compartir de manera más sencilla una serie de archivos, como fotografías, videos, documentos e incluso ubicaciones a través del GPS de los dispositivos móviles. Esta herramienta, en las diferentes facetas que es utilizada, ha provocado un cambio en la rutina periodística en diferentes niveles: facilita la coordinación interna en las secciones de un diario, agiliza los procesos de obtención de fuentes y resguarda el “reporteo” que realiza el periodista. En otras palabras, la aplicación actúa como mediadora de la producción de noticias.

Las redes sociales

Al igual que con *Whatsapp*, con las redes sociales como *Facebook* y *Twitter*, y en menor medida, *Instagram*, pasa algo similar: estos sitios permiten que los periodistas encuentren información que les puede servir para crear una pauta noticiosa o bien como fuentes para sus noticias. Cabe destacar que la utilización de las redes sociales varía de

³⁵ Ver entrevista a Periodista 2 en el anexo de entrevistas.

acuerdo a cada periodista entrevistado, aunque sí es posible notar cierta tendencia a darle más importancia en las redacciones digitales que en las impresas, transformándose en una cultura de trabajo. Es decir, es otro aspecto de la rutina periodística. Por una parte, algunos de los entrevistados utilizan las redes sociales para tomar el pulso a los temas más comentados por los usuarios de estas páginas. Por ejemplo, la periodista de *El Mercurio* destinada a cubrir La Moneda destaca que dentro de su rutina se encuentra el revisar una plataforma como *Twitter*, ya que es muy probable que los temas más comentados, denominados *trending topic*, impacten de alguna forma en la pauta del Gobierno:

“La pauta con la que se mueve el Gobierno es la pauta de la gente, como te decía, el Gobierno es súper reaccionario. Cuando Hamilton fue al Vaticano para pedir la imprescriptibilidad de los delitos de abuso sexual, Piñera al otro día salió con la cuestión (...) tú sabes que el Gobierno y la Secretaría de Comunicaciones están pendientes del pulso de la gente (...) teniendo el pulso de las cosas que están pasando es lo que puede estar pensando el Gobierno, sobre todo la Vocería. La Vocería tiene que saber de todo, entonces las redes sociales ayudan mucho a eso”³⁶.

En el caso particular de esta periodista, el hecho de que la campaña comunicacional del Gobierno de turno implique un seguimiento a las redes sociales y se guíe por ellas, impacta directamente en el proceso de trabajo de la reportera. Es así como en su rutina debe incorporar el monitoreo de redes como parte de su preparación para cubrir las pautas de La Moneda.

No obstante, en el caso de periodistas de *La Tercera* y *El Mercurio*, probablemente por las áreas en las que se desempeñan, las redes sociales no necesariamente marcan una

³⁶ Ver entrevista a Periodista 2 en el anexo de entrevistas.

pauta. El periodista de *La Tercera* destaca que “aquí no influye que el tema sea más comentado en redes sociales. Hay veces en las cuales uno puede proponer una pauta a partir del seguimiento de las redes sociales, pero en general la decisión no se toma en torno a esta”³⁷. En tanto, su colega de *El Mercurio* agrega que puede ocurrir que un tema comentado en redes sociales sea considerado, pero no por este motivo, sino porque el hecho que es *trending topic* tiene importancia en sí mismo³⁸.

La situación cambia en los medios electrónicos, donde las redes sociales se convierten en una de las principales fuentes de información, sobre todo *Twitter*. Esta red social es mencionada por todos los periodistas ligados a medios *web*, ya que a través de ella se monitorean no solo temas comentados por sus usuarios, sino que también accidentes o hechos que afecten el funcionamiento de la ciudad, o bien cuentas de autoridades.

Una de las periodistas de *La Tercera PM* recordó que una vez realizaron una nota sobre unos artistas chilenos que habían sido detenidos por la supuesta fabricación de una bomba en Argentina. La información la encontraron en *Twitter*³⁹. En tanto que una periodista de *LaTercera.com* agrega que las redes sociales influyen mucho en la pauta electrónica ya que hay muchas noticias que surgen de estas páginas. Sobre los diferentes grados de importancia que otorgan los periodistas digitales a las redes frente a sus colegas de periódicos impresos, la misma periodista destaca que la situación se debe a que “ellos

³⁷ Ver entrevista a Periodista 3 en el anexo de entrevistas.

³⁸ Ver entrevista a Periodista 7 en el anexo de entrevistas.

³⁹ Ver entrevista a Periodista 1 en el anexo de entrevistas.

no trabajan tanto con el *breaking*. Las redes sociales son más inmediatas y es más de *breaking*, entonces nosotros vemos el origen de esas noticias. Yo te mentiría si te dijera que *Twitter* no nos importa. Nos importa todo el rato, todo el tiempo”⁴⁰. En el caso de *Emol*, la periodista también coincide que hay mucha información que encuentran en *Twitter* para iniciar una nota. El *tweet* sirve como una alerta, ya que la información, antes de ser publicada, es contrastada con las autoridades relacionadas al hecho anunciado por la red social⁴¹.

Además de generar una pauta que podríamos catalogar como emanada de los usuarios corrientes de *Twitter*, esta red social, junto a otras, permiten tener una aproximación diferente a autoridades, transformándose en una nueva fuente para difundir información oficial. Otra periodista de *LaTercera.com* explica que si se anuncia la fiscalización a una farmacia, parte de la cobertura consiste en monitorear las cuentas oficiales del ministro de Salud y de la Seremi de Salud, por si entregan información a través de estos medios⁴². Esto lo apoya su colega de sección, acotando que muchos políticos tienen cuenta en *Twitter* y utilizan esta plataforma para entregar su opinión, lo que en el periodismo digital puede ser suficiente para realizar una nota. Lo mismo pasa con cuentas institucionales, ya que el Poder Judicial, por ejemplo, entrega resoluciones a través de *Twitter*⁴³.

⁴⁰ Ver entrevista a Periodista 4 en el anexo de entrevistas.

⁴¹ Ver entrevista a Periodista 6 en el anexo de entrevistas.

⁴² Ver entrevista a Periodista 5 en el anexo de entrevistas.

⁴³ Ver entrevista a Periodista 4 en el anexo de entrevistas.

Lo anterior podría ser el indicio de un nuevo criterio de noticiabilidad aplicado en los medios digitales, donde la producción de información debe ser constante para que las plataformas se mantengan activas. De esta forma, el que una autoridad o persona con cierto reconocimiento popular se refiera un tema en boga otorga a las redacciones digitales la oportunidad de generar una publicación de forma rápida y sencilla.

La utilización de redes sociales por parte de autoridades e instituciones no solo facilita el acceso a información y cuñas por parte de los periodistas, sino que también otorga cierta comodidad a las autoridades, tal y como explica la periodista de *El Mercurio*. La profesional detalla que hay mucha información que los ministros de Gobierno prefieren comunicar a través de estas plataformas porque es más fácil y no existen contrapreguntas. Además, no es necesario ni siquiera armar un punto de prensa:

“Piñera es seco para el *tweet*, entonces tienes que ponerlo. Cuando hay temas muy ‘cuáticos’, como la aprobación de una ley o algo así, Piñera no te va a hacer un punto de prensa, porque no lo hace habitualmente: las pautas de Gobierno tratan de marcar la pauta en la mañana, entonces cuando pasa algo Piñera se pronuncia por *Twitter*. Yo creo que en *El Mercurio* habré utilizado, al menos, dos veces al mes algún *tweet* de Piñera”⁴⁴.

La periodista, además, destaca que el Presidente Sebastián Piñera utiliza mucho *Instagram* y que, al inicio de su segundo mandato, también le gustaba realizar transmisiones de *Facebook Live*, por lo que las redes sociales del Mandatario siempre deben estar siendo monitoreadas.

⁴⁴ Ver entrevista a Periodista 2 en el anexo de entrevistas.

Finalmente, las redes sociales pueden ser utilizadas por los medios para informar sobre hechos que estén ocurriendo, aunque esta labor no es responsabilidad de los periodistas que fueron entrevistados para esta investigación. En su mayoría, quienes desempeñan estos cargos son denominados *community manager* y manejan las redes sociales de los diferentes medios. A pesar de lo anterior, la periodista de *Emol* detalla sobre estas plataformas que el año 2018 se decidió no utilizar redes sociales de manera oficial como un medio de información. Esto debido a que las noticias, para que tengan cierta visibilidad en estas plataformas, deben cumplir ciertas características, como títulos que inviten al usuario a hacer *click*, lo que estaría chocando con la línea editorial del medio⁴⁵.

Esta estrategia utilizada por generadores de contenidos se denomina comúnmente *click bait*. Dicho concepto hace referencia a una especie de señuelo utilizado por las páginas para que los usuarios de una determinada red social accedan al contenido ofrecido en la plataforma, con el fin de aumentar el tráfico de visitas y transformarlo en un atributo que puede ser monetizado (Bazaco, Redondo y Sánchez-García, 2019).

A diferencia de *Emol*, *LaTercera.com* trabaja con el equipo de redes sociales de otra forma. Debido a que en las *breaking news* la rapidez con la que se informa juega un rol importante en la comunicación del hecho, el equipo periodístico muchas veces avisa a los encargados de redes sociales de un hecho en particular para que sea publicado:

⁴⁵ Ver entrevista a Periodista 6 en el anexo de entrevistas.

“Muchas veces tiramos la directa en *Twitter* y después escribimos la nota. Entonces, les decimos ‘compañeros de redes, está pasando esto, tírenlo ya mientras yo escribo la nota’. Entonces, muchas veces los lectores de *La Tercera* van a ver que hay una alerta en *Twitter*, pero se van a meter al sitio y no la van a ver, porque primero tiramos la alerta mientras escribimos la nota”⁴⁶.

La cobertura, desarrollo y producción de las *breaking news* por los periodistas será abordada de forma más profunda más adelante, en este mismo capítulo. En tanto, respecto al rol que juegan las redes sociales, está determinado principalmente por el soporte en el que están siendo utilizadas. Si bien se reconoce por parte de los periodistas que trabajan en diarios impresos que las redes sociales no son ignoradas dentro de sus rutinas, en el caso del periodismo digital estas cobran un gran protagonismo. Las redes sociales no solo sirven como fuente de información para conocer un hecho noticioso, sino que también se pueden convertir en sí mismas en una noticia. Además, son utilizadas como canales de difusión para atraer lectores a las plataformas digitales.

El trabajo en equipo

El uso de aplicaciones como *Whatsapp*, como así también la rapidez para transmitir información que posibilitan el uso de las nuevas tecnologías, han provocado que el trabajo en las redacciones sea más colectivo que individual. Esto es posible apreciarlo, por ejemplo, en que las notas no siempre están firmadas por un solo periodista, sino que en algunos casos pueden ser hasta cinco los autores de una sola noticia⁴⁷.

⁴⁶ Ver entrevista a Periodista 4 en el anexo de entrevistas.

⁴⁷ Ver Tabla 8 del Capítulo 5.

Este trabajo colectivo no implica necesariamente que cinco periodistas estén trabajando simultáneamente en la redacción de una nota, sino que la información presentada ha sido aportada por más de un periodista. El intercambio de la información se da no solo por *Whatsapp*, sino que también por correo electrónico o llamadas telefónicas, dependiendo de dónde se encuentren los autores de la nota. Puede ocurrir que un periodista se encuentre en la redacción y un compañero le despache en terreno a través de una llamada o por mensajes instantáneos; o bien, puede que la nota se componga de una escritura colectiva, en la que los autores se reparten los espacios y temas a llenar.

Los periodistas que cubren permanentemente La Moneda o el Congreso, por ejemplo, usualmente cooperan en el desarrollo de notas de otros periodistas, al conseguirse cuñas de autoridades del Ejecutivo o de parlamentarios. La periodista de *Emol* relata que, para realizar una nota de cómo se preparan los partidos políticos para enfrentar posibles ataques a sus sedes, se le dio la orden de coordinarse con la periodista que cubre el Congreso, ya que ella podía acceder de forma más rápida a parlamentarios. De esa forma, ella recababa las cuñas y, luego, se las enviaba a la periodista de *Emol*, quien al redactar la nota dejaba constancia en el crédito que no había trabajado sola⁴⁸.

La periodista de *El Mercurio* destinada a La Moneda detalla que lo mismo pasaba en su caso. Cuando algún compañero realizaba una nota sobre cómo la oposición criticaba al Ejecutivo, en medio de la conferencia de prensa otorgada por alguna autoridad de

⁴⁸ Ver entrevista a Periodista 6 en el anexo de entrevistas.

Gobierno ella se encargaba de conseguir alguna declaración útil para la nota de su colega⁴⁹.

En el caso de estos periodistas, los que permanentemente están destinados a una institución en particular, o bien aquellos reporteros que deben despachar información a un colega que está en la sala de redacción, ambos cumplen un rol más bien de gestionar la información, ya que se encargan de recabar datos y transmitirlos a otros periodistas que serán los que escriban la nota.

En el caso de *LaTercera.com*, debido a que el fuerte son las *breaking news*, es usual que el trabajo de cobertura de un hecho pueda estar asociado a más de un periodista. Mientras que uno escribe un artículo con los principales hechos, otro compañero se encarga de conseguir cuñas, ya sea grabándolas desde la televisión o radio, o bien pidiéndolas a través de *Whatsapp* o por una llamada telefónica, para luego transcribirlas y enviárselas al periodista que comenzó la redacción del artículo⁵⁰.

Los periodistas de *El Mercurio* y *La Tercera* concuerdan en que lo mismo pasa en sus casos: muchas veces reportean temas donde puede haber más de una sección involucrada o más de un frente. De esta forma, ellos pueden llevar la información principal y un recuadro o un subtítulo de las notas es aportado por sus compañeros, o al revés: ellos escriben una parte o bien la envían a sus colegas para que la incluyan en sus notas. Es así como, finalmente, la nota se produce con la participación de más de un periodista⁵¹.

⁴⁹ Ver entrevista a Periodista 2 en el anexo de entrevistas.

⁵⁰ Ver entrevista a Periodista 4 en el anexo de entrevistas.

⁵¹ Ver entrevistas a Periodista 3 y Periodista 7 en el anexo de entrevistas.

Esta cooperación por lo general se da entre los periodistas de los mismos medios, es decir, puede existir un trabajo en conjunto entre periodistas de *LaTercera.com* y la versión impresa del diario, pero la situación cambia radicalmente en el caso de El Mercurio S.A.P. Debido a las reformas aplicadas en el sistema de trabajo de *La Tercera*, en la que comenzó a prevalecer una importancia del sitio *web* sobre el diario impreso, muchas veces las exclusivas son inmediatamente publicadas en el sitio *web*. Una periodista de *LaTercera.com* explica que anteriormente todos los golpes noticiosos eran reservados para el papel, pero debido a los cambios ahora la *web* ha contado con varias exclusivas:

“(…) se evalúa si el golpe está en peligro, si la fuente puede hablar con otro medio, se tira por la *web* no más, antes se guardaba hasta el otro día, ahora ya no. *La Tercera PM* ha dado golpes, y si los chiquillos de *La Tercera PM* o alguien del papel tiene un dato, se evalúa qué tal puede ser y se tira no más. Si se puede guardar para el otro día, para ser portada ponte tú, se hace, y si el golpe corre peligro, se tira a la *web* no más. No hay ningún problema”⁵².

Esta situación cambia completamente en el caso de *El Mercurio*, empresa donde los periodistas del impreso y de *Emol* intentan guardar las distancias para no poner en peligro las posibles exclusivas con las que puedan contar. Debido a que la estrategia digital de *El Mercurio* se podría considerar nula en términos de comunicación a través de redes sociales, las exclusivas efectivamente se cuidan con recelo por parte de los periodistas. Así lo explica la profesional entrevistada, quien detalla que en *El Mercurio* nunca se

⁵² Ver entrevista a Periodista 4 en el anexo de entrevistas.

adelantará ningún dato y que evita todo contacto con su colega de *Emol*, ya que éste podría arruinar la exclusiva con la que cuenta⁵³.

En tanto, el periodista de *El Mercurio* agrega que el único contacto que se da entre ambos medios es cuando el editor nocturno del diario envía un correo a un editor de *Emol* para informarle de las notas más importantes en el periódico impreso. Con esa información, en la redacción digital publican extractos del diario a las 7.00 de la mañana del día siguiente⁵⁴, reafirmando que al interior de la empresa *El Mercurio* continúa siendo la prioridad en términos periodísticos.

Considerando que recursos tecnológicos como *Whatsapp* y las redes sociales han modificado las rutinas periodísticas para producir noticias, a continuación se presentarán los hallazgos referentes a cómo son enfrentadas las noticias de último minuto en cada uno de los medios. Esta situación posee diferentes dimensiones de acuerdo a cada medio, ya que por una parte se encuentra cómo se conoce el hecho noticioso y, por otra, cómo se reacciona a él. Ambas serán revisadas en el siguiente subcapítulo.

Rigurosidad y reporte: los periodistas frente a las *breaking news*

A pesar de que Copesa y El Mercurio S. A. P. son dos de las empresas periodísticas que mayores ventajas tienen en cuanto a recursos, lo que es posible observar en el poder de concentración de medios que tienen, los recursos humanos no dejan de ser limitados y no es siempre posible que un periodista esté en un frente cada vez que ocurre un hecho

⁵³ Ver entrevista a Periodista 2 en el anexo de entrevistas.

⁵⁴ Ver entrevista a Periodista 7 en el anexo de entrevistas.

noticioso. En ese aspecto, las nuevas tecnologías han simplificado la labor periodística, a la vez que han impuesto nuevos desafíos sobre la rigurosidad con la que se debe practicar la profesión.

Por una parte, es necesario considerar cómo se enteran los periodistas de noticias de último minuto, mientras que, por otra, resulta indispensable saber cómo se cubren dichos eventos. Se comenzará con cómo la información llega a los periodistas.

De los siete periodistas entrevistados, cinco⁵⁵ mencionaron la importancia que juega la televisión en la transmisión de hechos noticiosos, específicamente los dos canales chilenos dedicados exclusivamente a noticias: *24 Horas* y *CNN Chile*. Ambas señales están constantemente sintonizadas en sus lugares de trabajo, por lo que cada vez que ocurre alguna noticia de último minuto es fácil enterarse a través de estos medios de algo que esté sucediendo. Otro de los medios mencionados es la radio, la que está constantemente encendida para escuchar cualquier información de último minuto⁵⁶. Como ya se trató anteriormente, las redes sociales también son hoy decisivas para enterarse de las noticias, donde los mensajes que diferentes usuarios envían sobre una misma situación alertan a los periodistas de algún hecho que valga la pena investigar o confirmar.

Finalmente, la otra forma en que pueden enterarse de un hecho es a través de un dato compartido por alguna fuente. La periodista de *El Mercurio* destaca que la información como un cambio de gabinete se comienza a divulgar una semana antes de que

⁵⁵ Ver entrevistas a Periodista 2, Periodista 3, Periodista 4, Periodista 5 y Periodista 6 en el anexo de entrevistas.

⁵⁶ Ver entrevista a Periodista 4 en el anexo de entrevistas.

ocurra, por lo que los periodistas que trabajan en La Moneda están constantemente pendientes de cualquier actividad que dé a entender que el cambio ocurrirá en el transcurso del día, como información extraoficial o bien la instalación de un punto de prensa. De igual forma, destaca que la llegada inesperada de autoridades como ministros, parlamentarios o altos mandos de las Fuerzas Armadas y del Orden Público pueden dar señales de algún hecho que anunciará el Ejecutivo⁵⁷.

Para un periodista que se desempeña en otros frentes, como en el caso de los dos periodistas de *La Tercera* y *El Mercurio* entrevistados⁵⁸, ambos indican que la información puede provenir, además de las mencionadas, de un corresponsal o de una fuente confiable, los que envían información a través de aplicaciones o bien la transmiten a través de una llamada de teléfono.

Respecto a cómo es abordada la información, la situación cambia, nuevamente, dependiendo del soporte en el que se trabaje. Se comenzará por la forma en que trabajan los periodistas de los periódicos escritos, en la que temporalidad de la noticia es diferente, relativamente, ya que cuentan con más tiempo para elaborar y reportear los hechos. Lo relativo es debido a los cambios implementados en *La Tercera*, donde la temporalidad se ha visto afectada al poder publicar de forma *online* una exclusiva en caso de que esta corra peligro.

⁵⁷ Ver entrevista a Periodista 2 en el anexo de entrevistas.

⁵⁸ Ver entrevistas a Periodista 3 y Periodista 7 en el anexo de entrevistas.

El periodista de *La Tercera* destaca que lo que se les exige es que las notas sean propias, ya que “más que la inmediatez, se requiere que el artículo tenga una vuelta adicional, un valor agregado propio, que solo nosotros contemos en eso”⁵⁹. Además, destaca que es muy posible que la situación cambie en términos digitales, en donde se requeriría, a su juicio, más rapidez. Es necesario hacer hincapié, una vez más, que *La Tercera* se encuentra en proceso de cambio, por ende, la forma en que las secciones trabajan puede variar respecto a las nuevas políticas de publicación de una exclusiva. En el caso del periodista entrevistado para esta investigación, él recalca, en diferentes respuestas, que trabajaba para el periódico impreso, por lo que la percepción de la nueva forma de trabajo en *La Tercera* podría variar de acuerdo a cada periodista.

Esta forma de responder ante la inmediatez de las nuevas tecnologías, que podrían poner en riesgo la exclusividad de una nota en un periódico impreso, es más evidente en *El Mercurio*, diario en el que se intenta resguardar el hecho noticioso hasta el último minuto. En el caso de no ser posible, se aplica lo mismo mencionado por el periodista de *La Tercera*: las notas deben contar con un punto de vista, con una aproximación, que probablemente no tenga la competencia. Con un valor agregado que impida que la nota publicada al día siguiente quede obsoleta.

La periodista de *El Mercurio* indica que uno de los deberes como periodistas es siempre buscar más información y no quedarse solo con el titular de la nota, sino que ser

⁵⁹ Ver entrevista a Periodista 3 en el anexo de entrevistas.

capaz de observar la trastienda de los hechos, sobre todo en su caso, ya que cubría La Moneda:

“Esa es una muy buena forma de darle una vuelta (...) siento que los periodistas de medios tradicionales, como radio, tele y *web*, sobre todo, se quedan en lo mismo y nosotros, los de prensa escrita, tenemos que darle ocho mil vueltas, tenemos que saber hasta el olor que sintió la persona cuando estaba tomando una decisión. Es mucho más exigente”⁶⁰.

Cuando una noticia de último momento surge cerca del horario del cierre en *El Mercurio*, el periodista consultado detalla que existen dos ediciones del diario, una para regiones, que cierra cerca de las 9.30 de la noche, y una para Santiago, cuyo cierre es a la medianoche. De esta forma, se reacciona en dos tiempos ante una *breaking news*: para el primer cierre se edita el periódico con las herramientas que permita el tiempo; es decir, si se cuenta con el tiempo suficiente se puede generar un espacio más grande dentro del diario para dar cuenta de la noticia y, por lo tanto, se cuentan con más minutos para conseguir más información. De lo contrario, sólo se da cuenta del hecho para que el periódico del día siguiente no salga sin información relevante en sus páginas. En el caso del segundo cierre, ese par de horas extras permiten una reacción mucho más elaborada, horas en donde se puede recompagnar el periódico, redestinar espacios y darle más tiempo al periodista para encontrar más información sobre el hecho. Incluso, gracias a las nuevas políticas comerciales adoptadas tanto en *La Tercera* como en *El Mercurio*, relativas a otorgar un acceso adelantado a sus ediciones del día siguiente, tanto en uno como en el otro periódico revisan las ediciones para saber si la competencia publicó alguna

⁶⁰ Ver entrevista a Periodista 2 en el anexo de entrevistas.

exclusiva que deba ser consignada en la edición propia, con el fin de que el golpe periodístico no sea tan fuerte⁶¹.

En el caso de los medios digitales, la forma en que se abordan las *breaking news* es completamente diferente. La periodista de *La Tercera PM* detalla que lo que prima en las plataformas digitales es “el salir antes, ya que la información puede ser publicada en otro lugar. Solo se ven los tiempos y creo que ese es uno de los riesgos que tiene la inmediatez, que al llegar todo rápido te pueden ganar”⁶².

Esta situación se puede apreciar en una forma de trabajo que fue mencionada por las dos periodistas de *LaTercera.com* y de *Emol*⁶³: cuando existe un hecho que debe ser rápidamente comunicado, una práctica común en las plataformas digitales es publicar un artículo que dé cuenta del suceso, escribiendo un título, una bajada y uno o dos párrafos, acompañados de la frase “noticia en desarrollo”.

Una de las periodistas de *LaTercera.com* detalla que en el día podía llegar a escribir cerca de doce notas en promedio, lo que podía variar de acuerdo a la pauta noticiosa de cada día. Muchos hechos son imprevisibles y debido a la rapidez con la que se deben armar las notas, muchas veces se recurre a solamente contar el hecho puntual mientras se esperan más antecedentes, o bien mientras el periodista completa la nota con otros datos anexos al hecho principal⁶⁴.

⁶¹ Ver entrevista a Periodista 7 en el anexo de entrevistas.

⁶² Ver entrevista a Periodista 1 en el anexo de entrevistas.

⁶³ Ver entrevistas a Periodista 4, Periodista 5 y Periodista 6 en el anexo de entrevistas.

⁶⁴ Ver entrevista a Periodista 5 en el anexo de entrevistas.

Es así como, al recurrir a esta técnica de “noticia en desarrollo”, lo que se realiza es posteriormente editar la nota original a medida que van conociéndose nuevos antecedentes. Otra de las periodistas de *LaTercera.com* destaca que “si la noticia va evolucionando, nosotros en la *web* tenemos la suerte de cambiar el título, de refinarlo un poco más”⁶⁵. Esta edición también puede aplicarse en el caso de incurrir en el error de un dato, por ejemplo, en la magnitud de un sismo⁶⁶.

La rapidez con la que obligan a responder las *breaking news* puede involucrar errores por parte de los periodistas, tal y como afirma la periodista de *Emol*, quien recuerda un hecho puntual en que la competencia directa, *LaTercera.com*, se equivocó con una información. La profesional relata que, durante los primeros días del estallido social en Chile, ocurrido a mediados de octubre del 2019, se rumoreaba que en Santiago se decretaría toque de queda. A su directora le llegó la información de que ocurriría la situación y le comentaron la hora tentativa en la que regiría la restricción. Si bien su fuente era de confianza, desde *Emol* no publicaron la información hasta que no fuera anunciada oficialmente, acción que no imitó *LaTercera.com*. Cuando se confirmó oficialmente el toque de queda, con un horario diferente al que se había comentado en un principio, la periodista señala que “nosotros dijimos *La Tercera* nos ganó, pero con un dato que no era preciso, por lo tanto, para nosotros era más importante tener el dato oficial que salir primero. En ese sentido, a mí me consta que hay mucha rigurosidad”⁶⁷.

⁶⁵ Ver entrevista a Periodista 4 en el anexo de entrevistas.

⁶⁶ Ver entrevista a Editor 2 en el anexo de entrevistas.

⁶⁷ Ver entrevista a Periodista 6 en el anexo de entrevistas.

La rapidez con la que viaja la información se ha convertido en un desafío para los periodistas, quienes no solo deben acelerar sus procesos de trabajo, sino que también deben ser capaces de mantener niveles mínimos de calidad para reportear. Las nuevas tecnologías y la inmediatez que ofrecen se convierten así en un arma de doble filo: por una parte, está el riesgo permanente de adelantarse a publicar una información poco trabajada, pero por otra, también impone una mayor exigencia al periodista a que sea más riguroso con su trabajo.

Puesto que se ha expuesto la forma en que los periodistas desarrollan su trabajo en un día normal, junto a las herramientas que utilizan y cómo enfrentan los diferentes retos que imponen las nuevas tecnologías, en el siguiente apartado se precisarán cómo estos aspectos se manifestaron en la cobertura del Caso Catrillanca.

Los periodistas que cubrieron el Caso Catrillanca

En el anterior capítulo de esta investigación se detalló cómo fue, en términos formales, la cobertura del Caso Catrillanca, investigación judicial que buscaba dar con los responsables del asesinato de un joven comunero mapuche en medio de un operativo de Fuerzas Especiales en La Araucanía, el 14 de noviembre de 2018. En dicha exposición fue posible apreciar cuántas notas contaban con fuentes oficialistas y con aquellas ligadas al pueblo mapuche, cuántos periodistas se vieron involucrados en la cobertura, y qué tipo de material de apoyo fue utilizado, entre otros datos. Además, también se presentó cómo fue la cobertura desde un punto de vista editorial, por lo que a continuación se describirá la cobertura desde la percepción de los periodistas. Los entrevistados manifestaron que

muchas veces no cuentan con la suficiente libertad para asegurar una cobertura más imparcial debido a la línea editorial de cada medio, sin embargo, cabe destacar que la rutina también es un factor que limita la cobertura a un tema, como se podrá apreciar en las siguientes páginas.

Además, también es necesario recalcar que la cobertura mediática a sucesos relacionados con comunidades indígenas se inserta dentro de una lógica en la que se priorizan connotaciones negativas para informar sobre pueblos originarios, sobre todo en el caso de los mapuche (Del Valle, Murcia, Silva y Ufarte, 2019; Labrín, 2011). De esta forma, es posible comprender la diferencia en la cantidad de fuentes en las notas analizadas (oficiales versus las de comunidades mapuche) e, incluso, por qué en un primer momento se presentó la información como un enfrentamiento entre comuneros y policías. Esto no responde solamente a que la versión oficial así lo informó, sino porque también existe una tendencia por parte de los medios de comunicación a criminalizar aquellos temas relacionados con comunidades indígenas (Amolef, 2004).

Por este motivo resulta esencial en esta investigación determinar cómo fue la cobertura del hecho considerando la percepción de los periodistas, quienes fueron los encargados de recabar y presentar la información, a pesar de que las notas publicadas antes pasaron, como era de esperar, por la revisión de superiores como editores, además de apegarse a las líneas editoriales de cada medio. Es clave observar cómo ellos vivieron este proceso para determinar si las rutinas periodísticas que impone cada medio influyen, finalmente, en el producto final.

La breaking news del enfrentamiento donde fallece una persona

Los primeros hechos dados a conocer sobre el supuesto enfrentamiento donde falleció un comunero mapuche no dejaron indiferente a ninguno de los periodistas entrevistados, los que reconocen que desde un comienzo existió información que no les hacía sentido y que dieron pistas sobre la gravedad del hecho.

El periodista de *La Tercera* recuerda que cuando se dio a conocer la muerte de un joven comunero mapuche fue en la noche, cerca del horario de cierre de la edición del diario. Se le asignó el caso, escribió la primera nota, donde se dio cuenta del enfrentamiento, y a las 11.00 de la noche partió a Temuco. En la ciudad pasó diez días, y en terreno comprendió la magnitud del tema.

“Fui más como a ingresar a la comunidad, ver las pericias, conocer las versiones. Ver el trabajo investigativo que se estaba realizando por parte de la Fiscalía y desde Santiago se veían todo lo que eran reacciones políticas para apoyar lo que estaba haciendo en terreno. También tuve que entrevistar a los familiares y asistir al funeral”⁶⁸.

En tanto, la periodista de *El Mercurio* se encontraba cubriendo la gira del Presidente Sebastián Piñera por Asia y Oceanía. Durante este tipo de viajes, la periodista señala que existen muchos códigos implícitos, como por ejemplo, el no poder preguntar sobre este tipo de situaciones cuando el Mandatario se encuentra respondiendo preguntas tras una reunión propia del motivo de viaje, porque “le puedes ensuciar la pauta y al final te cuesta más restablecer esa relación con el equipo de comunicaciones”⁶⁹. De esta forma,

⁶⁸ Ver entrevista a Periodista 3 en el anexo de entrevistas.

⁶⁹ Ver entrevista a Periodista 2 en el anexo de entrevistas.

y tras un prolongado silencio por parte de Piñera, que no se refería a la situación, el equipo de periodistas que se encontraba viajando con él se percató de que algo malo estaba pasando con el caso.

Una de las periodistas de *LaTercera.com* señala que el caso fue muy complicado por las diferentes versiones que surgían, ya que al principio se presentó que la muerte de Catrillanca ocurrió en medio de un robo con intimidación:

“Nosotros salimos con la primera declaración, que claramente después se derribó. Uno trataba de explicar en las notas, porque faltó mayor prolijidad y, en el fondo, nos guiábamos por lo que decían las autoridades, pero el problema es que esas autoridades no estaban entregando información cien por ciento verídica, entonces hubo que tener mayor cuidado en eso”⁷⁰.

En *La Tercera PM*, la periodista consultada recuerda que la primera nota que publicaron sobre el caso era justamente sobre las dudas que surgían a medida que pasaban los días, cuando aún no se sabía que se trataba de un montaje. La profesional destaca que las versiones entregadas por las autoridades eran erráticas, ya que trataban sobre un enfrentamiento armado en el que no se habían recibido balas del otro lado o donde no existían policías heridos⁷¹.

La periodista de *Emol* indica que debido a su edad y a la generación que pertenece, de acuerdo a lo que señala, y con los problemas revelados en la Operación Huracán, la versión entregada por Carabineros no era verdadera por el solo hecho de provenir de la institución, pero que debido a la presión por informar del suceso no hay forma de

⁷⁰ Ver entrevista a Periodista 5 en el anexo de entrevistas.

⁷¹ Ver entrevista a Periodista 1 en el anexo de entrevistas.

corroborar la información. “No eres Ciper para investigarlos y sacar un tremendo reportaje, tienes que ir informando en el minuto”, recuerda⁷². En este sentido, se podría señalar que el periodismo de *breaking news*, ya que obedece a una lógica de rapidez en la publicación, no existe margen para tratar con profundidad los hechos, y su transmisión consiste en constatar la situación y replicar declaraciones de autoridades. De esta forma, el periodismo pierde su potencial de cuestionar y contrastar información, relegando la veracidad de la nota a una excesiva confianza en las cuñas de las autoridades. Es así como una disciplina que tiene como fin generar información a través de la investigación termina siendo considerada más bien como una herramienta destinada a gestionar información.

El cambio de versión y la investigación judicial

Como en un principio la rapidez para comunicar la noticia no permitió que los medios o los periodistas pudieran corroborar la información, la versión oficial se presentó atribuyendo a cada uno de los actores involucrados las declaraciones emitidas. La periodista de *Emol* agrega que no podían titular con que una persona había muerto en un enfrentamiento porque no les constaba que fuera un enfrentamiento, y que cuando comenzaron a darse a conocer las investigaciones y se filtraron videos del operativo, el trabajo en la sala de redacción cambió. La profesional indica que “todo uno lo va aprendiendo sobre la marcha, porque muchas veces no tienes el margen que te gustaría

⁷² Ver entrevista a Periodista 6 en el anexo de entrevistas.

para corroborarlo, o sea, no podíamos viajar a La Araucanía para ver qué había pasado, más que nada uno presenta inquietudes”⁷³.

En el caso de *LaTercera.com*, una de sus periodistas relata que se trabajaba más con la *breaking news* y no tanto con la interpretación, por lo que las notas publicadas estaban más enfocadas en dar a conocer las declaraciones de una autoridad gubernamental o de justicia, o de algún familiar. Para continuar cubriendo el caso, detalla que se consiguieron la carpeta de investigación del Ministerio Público, la que tenía cada uno de los periodistas que cubrían el caso con el fin de descubrir algún tema para publicar. En el desarrollo de la investigación, también recuerda que realizaron muchos artículos de minuto a minuto del baleo a Catrillanca, la reconstrucción de escena del fiscal y las contradicciones en las versiones de los policías involucrados, entre otros temas⁷⁴.

Una de las particularidades de este caso es que la versión oficial que fue entregada por las autoridades era que Camilo Catrillanca falleció en medio de un enfrentamiento con Carabineros, información respaldada por la misma institución uniformada y por el ministro del Interior, Andrés Chadwick. De esta forma, cabe preguntarse qué tanta responsabilidad tuvo la cobertura mediática en presentar un hecho que después reveló la muerte de un inocente. En otras palabras, ¿qué tan cuestionada puede llegar a ser la declaración de una autoridad por parte del periodismo?

⁷³ Ver entrevista a Periodista 6 en el anexo de entrevistas.

⁷⁴ Ver entrevista a Periodista 4 en el anexo de entrevistas.

La respuesta a esa pregunta no es sencilla, porque incluso si una fuente es cuestionada por su credibilidad y fiabilidad entre la ciudadanía, el hecho de que tenga cierto poder impide que su voz sea anulada o desmentida en la actualidad, al menos al interior de los medios de comunicación. Esto se contrapone con el mito profesional del periodismo, donde el buen periodista sería aquel que justamente fiscaliza y participa como “Cuarto poder”. La periodista de *Emol* ejemplifica lo anterior con la crisis social que comenzó en octubre del 2019 en Chile. Tras una serie de informes de diferentes organizaciones internacionales ligadas a los Derechos Humanos que confirmaban violaciones a estos derechos en el país, el Gobierno de Sebastián Piñera relativizó estos informes. Es así como la periodista señala que “si el Presidente de la República dijera que no han existido violaciones a los Derechos Humanos, uno no puede no ponerlo, aunque no sea verdad. En ese sentido, el único amparo que tenemos es atribuir esos dichos a la persona que los emitió”⁷⁵. Retomando la pregunta del párrafo anterior, luego de presentar la relevancia que poseen las autoridades dentro de un medio de comunicación, una declaración no puede ser cuestionada, no al menos bajo las lógicas comunicacionales que existen en Chile. El periodista más bien es una figura que actúa como relacionador público, no tiene una voz propia y no tiene un rol fiscalizador, sino que se resguarda tras la declaración de las autoridades y se limita a gestionar información, tal y como se puede apreciar en los siguientes párrafos.

⁷⁵ Ver entrevista a Periodista 6 en el anexo de entrevistas.

El periodista de *El Mercurio* apunta a que hubo una gran cantidad de desinformación e irresponsabilidad por parte de autoridades políticas en el Caso Catrillanca. A las declaraciones de Carabineros y del Ministerio del Interior, incluso se sumaron las de un senador, Felipe Kast, quien aseguró que había visto videos del enfrentamiento donde murió el joven mapuche. El periodista estima que “es un senador de la República, eso tiene un peso en sí mismo y él tendrá que hacerse responsable de los dichos si no tiene los videos”⁷⁶.

Este peso que tienen las autoridades, de acuerdo a la periodista de *Emol*, se trataría de una práctica común en los grandes medios de Chile, en donde existiría un culto excesivo a cuidar la institucionalidad. Esto terminaría incurriendo en que se valide y se dé por verdadera cualquier versión que emane de alguna autoridad⁷⁷.

De acuerdo a una de las periodistas de *LaTercera.com*, los cuestionamientos hacia una autoridad como el ministro del Interior no son tan sencillas por la línea editorial del mismo medio. Ella señala que:

“(…) hay que tener en cuenta que *La Tercera* es un diario de derecha, entonces lamentablemente no tenemos tanta libertad como para poner como titular ‘Las contradicciones de Chadwick’. Te aseguro que llaman de La Moneda y en dos minutos hay que cambiar ese titular, nosotros no somos completamente libres para titular respecto a lo que Gobierno se refiere, no es que nos censuren, pero sí hay que tener cuidado”⁷⁸.

⁷⁶ Ver entrevista a Periodista 7 en el anexo de entrevistas.

⁷⁷ Ver entrevista a Periodista 6 en el anexo de entrevistas.

⁷⁸ Ver entrevista a Periodista 4 en el anexo de entrevistas.

Agrega que, en esos casos, ellos son conscientes de que son utilizados para informar lo que las autoridades quieren comunicar, pero que tratan, con las herramientas que tienen a mano, de ser lo más transparentes posibles⁷⁹.

Al parecer, ese tipo de herramientas consiste justamente en las cuñas, en acreditar que toda la información expuesta en una nota pueda ser atribuida a una autoridad con el fin de resguardar al periodista. Por ejemplo, la periodista de *El Mercurio* señala que en las versiones del Gobierno siempre intenta atribuir la información a quien la emitió, intentando alejarse como profesional de tomar partido por alguna de las versiones expuestas en su nota con el fin de demostrar imparcialidad. Otra de las técnicas para intentar tomar distancia consiste en el uso de pequeñas frases que serían una crítica o bien un intento de dejar en evidencia los problemas del Gobierno. En su caso, como ella se encontraba cubriendo la gira del Presidente Piñera por Asia y Oceanía, una de esas frases consistía en evidenciar que el Mandatario no se había referido a la muerte de Camilo Catrillanca. “El Gobierno de Piñera es súper reaccionario y que siempre sale con alguna declaración, entonces, cuando se demora, tú también tienes elementos para decir que el Gobierno no tiene una postura oficial”⁸⁰, acota.

Otra de las herramientas posibles para contrarrestar el peso de la declaración de una autoridad es la inclusión de otros actores, en este caso, familiares de Camilo Catrillanca. Sin embargo, si bien sí se les otorgó cobertura, esta fue mucho menor a la

⁷⁹ Ver entrevista a Periodista 4 en el anexo de entrevistas.

⁸⁰ Ver entrevista a Periodista 2 en el anexo de entrevistas.

dada a autoridades⁸¹. En ese sentido, existen percepciones diferentes sobre cómo fueron abordadas las comunidades mapuche. Por ejemplo, la periodista de *La Tercera PM* y una de las periodistas de *LaTercera.com* estiman que se intentó realizar una cobertura lo más imparcial posible, incluyendo los testimonios de la familia Catrillanca⁸².

En ese aspecto, las palabras de Amolef (2004) son esclarecedoras para comprender la presencia de fuentes mapuche en los medios: “se habla de ellos, de sus acciones y de los propósitos que en ellas se expresan, pero no son citados ni se les consulta su versión de los hechos. Están presentes y ausentes a la vez” (p. 15). A pesar de que en la codificación del corpus de esta investigación la familia Catrillanca sí se ubicaba entre las primeras cinco fuentes más utilizadas, su inclusión responde más bien a una aparente objetividad por parte del periodismo más que a una efectiva contrastación de fuentes.

La otra periodista consultada de *LaTercera.com* considera que sí se le otorgó más cobertura a las voces oficialistas, ya que el Gobierno puso en marcha una campaña para salvar a Andrés Chadwick y Rodrigo Ubilla, mientras que una familia mapuche como la de Camilo Catrillanca está en una evidente desventaja comunicacional, ya que no tienen los medios, ni tampoco el apoyo por parte de los medios de comunicación, para llamar a una conferencia de prensa⁸³.

En esto último concuerda la periodista de *Emol*, ya que el pueblo mapuche, además, no encuentra afinidad con los medios de comunicación debido al historial de

⁸¹ Ver Tabla 11 del Capítulo 5.

⁸² Ver entrevistas a Periodista 1 y Periodista 5 en el anexo de entrevistas.

⁸³ Ver entrevista a Periodista 4 en el anexo de entrevistas.

criminalización que han sufrido, como se mencionaba en un comienzo. Además de esto, es necesario considerar que para contar con un contacto en una comunidad mapuche es necesario invertir tiempo para lograr la confianza por su parte y, en ese aspecto, la periodista señala la importancia que tienen los medios regionales, ya que “tienen oportunidades muy grandes, porque ellos tienen fuentes que uno no las encuentra como en la guía de teléfonos. No es fácil conseguir teléfonos de personas en comunidades específicas, entonces es fácil caer en la trampa de que hablen siempre los mismos”⁸⁴. Así vale la pena cuestionar cómo las nuevas tecnologías han podido afectar las relaciones entre fuentes. Tal y como estima la periodista de *Emol*, para un profesional que trabaja en Santiago construir una relación con una fuente que se encuentra en otra región es, en la práctica, imposible sin el uso de nuevas tecnologías, por eso resulta cuestionable que periodistas que sí se encuentran en la misma zona que potenciales fuentes no cultiven estas relaciones y se termine privilegiando el uso de las mismas fuentes oficiales una y otra vez.

Sobre la diferencia entre las declaraciones de autoridades y comunidades mapuche en el Caso Catrillanca, el periodista de *El Mercurio* se escuda tras el tratamiento noticioso que históricamente se le ha dado al pueblo mapuche en los medios de comunicación desde el retorno de la democracia. En otras palabras, la rutina periodística que se ha dado en Chile dicta el tratamiento que deben recibir los casos ligados a comunidades indígenas:

“Cuando tú estudias cómo se ha ido cubriendo por parte de los medios de comunicación masiva del país (...) y cómo históricamente han informado sobre el conflicto mapuche, entonces eso te da una línea que las cosas no van a ser distintas cuando pasan hechos como este. Tampoco fueron muy

⁸⁴ Ver entrevista a Periodista 6 en el anexo de entrevistas.

distintas con la Operación Huracán, o cuando fue el allanamiento a la comunidad de Temucucui y una gran parte de la población validaba la acción de Carabineros, por el respaldo que tenía y las conversaciones, donde los mapuche se estaban poniendo de acuerdo para hacer atentados; a ese nivel tú dices ‘ya, está bien, que vengan estos tipos’, y después te das cuenta que las conversaciones eran inventadas. Para entender la cobertura noticiosa a Camilo Catrillanca hay que estudiar cómo se ha cubierto el fenómeno de la violencia rural históricamente en los medios de comunicación”⁸⁵.

El tratamiento a las temáticas mapuche, en relación a lo que comenta el periodista de *El Mercurio* en el párrafo anterior, correspondería a una rutina que sistematiza la forma en que se deben cubrir hechos noticiosos de esta índole, desligando cualquier responsabilidad del periodista, como individuo, sobre la información que presenta. Nuevamente se puede apreciar un contraste entre el mito profesional del periodista y lo que realmente ocurre en la práctica, donde el periodista continúa operando más bien como una herramienta encargada de gestionar información y no de generar otra nueva a través de un trabajo activo de investigación.

Considerando las percepciones de los periodistas sobre la cobertura al Caso Catrillanca y las notas que fueron publicadas (y cuyo análisis se realizó en el segundo capítulo de esta investigación), es posible consultar a los profesionales si existe una autocrítica por su parte por cómo se llevó a cabo el seguimiento a este hecho.

⁸⁵ Ver entrevista a Periodista 7 en el anexo de entrevistas.

La autocrítica de los periodistas

El periodista de *El Mercurio* señala que, pese a la complejidad del caso, la cobertura mediática, tanto del periódico en el que trabaja como en la competencia, *La Tercera*, a su juicio fue sensata y los errores en los que incurrieron respondieron justamente a que la versión oficial era la que estaba entregando información incorrecta. “Dentro de nuestra línea editorial siento que informamos con bastante responsabilidad y apego a los hechos, que fueron bastante sorprendentes para todos cuando estaba avanzando el caso”⁸⁶, opina. Agrega, además, que una vez evidenciadas las versiones falsas, el periodismo jugó un importante rol para reivindicarse, consiguiendo información judicial y revelando los avances en la investigación, los que permitieron esclarecer los hechos ante la opinión pública.

En tanto, el periodista de *La Tercera* señala que si bien las declaraciones del Presidente de la República o el ministro del Interior tenían relevancia, en su sección se enfocaron mucho más en las labores de investigación del Ministerio Público, las contradicciones propias que se fueron dando con el paso de los días o revelando que el operativo sí había sido registrado por cámaras de video⁸⁷.

Cómo podría afectar la credibilidad del periodismo el que los medios publicaran las versiones oficiales declaradas por las autoridades no está en discusión, de acuerdo a la

⁸⁶ Ver entrevista a Periodista 7 en el anexo de entrevistas.

⁸⁷ Ver entrevista a Periodista 3 en el anexo de entrevistas.

periodista de *La Tercera PM*, ya que a su juicio quienes se verían más afectadas son las mismas fuentes oficiales⁸⁸.

La situación no es fácil de abordar, según señala la periodista de *El Mercurio*, sobre todo en la forma que le tocó a ella cubrir el caso, en medio de una gira presidencial. “Me acuerdo que una vez entramos sin querer a un café y estaba Piñera con una cara de tres metros hablando con su equipo. Para mí el tema era qué ‘cresta’ hacemos”⁸⁹, relata la profesional, quien agrega que esa tensión se vive de otra forma, porque se está las 24 horas del día con uno de los principales actores del caso y no es posible cuestionarlo libremente debido a las formas de trabajo que imperan durante estos viajes. “Hay situaciones en que no queda otra y es como ‘loco, sorry, tengo que preguntar, me están presionando en Chile’”⁹⁰, indica respecto a cómo se rompen los códigos entre los equipos comunicacionales presidenciales y la presión que ejercen los medios de comunicación en medio de un frente noticioso. Esto da cuenta de un periodismo que realmente no busca incomodar y fiscalizar, sino que más bien de prácticas cordiales que limitan con las relaciones públicas.

La periodista de *Emol* estima que se hace lo que se puede, pero el periodismo está al debe. Por ejemplo, en relación a los meses de protesta en Chile tras el estallido social en octubre de 2019, la profesional indica que ha hecho todo lo posible por ser ecuánime, tratando de cuestionar a las autoridades. Sin embargo, explica que:

⁸⁸ Ver entrevista a Periodista 1 en el anexo de entrevistas.

⁸⁹ Ver entrevista a Periodista 2 en el anexo de entrevistas.

⁹⁰ Ver entrevista a Periodista 2 en el anexo de entrevistas.

“(…) me pasa que se publican notas que me duelen, porque toca poner textual lo que dijo Piñera y no hay nada de cuestionamiento, porque es imposible en estas condiciones conseguir más respuestas y no por eso vas a dejar de informar, pero al final, informar a medias tampoco va a aportar a que la gente esté de verdad informada”⁹¹.

Una de las periodistas de *LaTercera.com* estima que la rectificación por parte de los periodistas es algo a lo que muchas veces se ven obligados y no cree que eso necesariamente dañe la labor periodística, porque forma parte del proceso de investigación encontrar antecedentes que puedan cambiar una versión entregada en un principio:

“Creo que rectificar es parte de lo que se tuvo que hacer, al menos en el Caso Catrillanca, y eso no creo que haya sido culpa de que nosotros lo hicimos mal, sino de que la información que estaba a la mano en ese momento y que era necesaria entregar era esa”⁹².

Los periodistas entrevistados para esta investigación realizan una autocrítica sobre la cobertura otorgada al Caso Catrillanca, identificando problemas que han sido ampliamente estudiados por la academia respecto al periodismo en relación con el conflicto mapuche. A pesar de esto, más allá de asumir la responsabilidad que le corresponde a cada uno por el producto que crean, ellos se resguardan en que la forma de hacer periodismo en Chile impone las reglas y no existe margen alguno para poder presentar la información de una forma alternativa.

Además de la forma en que influyen las nuevas tecnologías en el ejercicio periodístico, el caso mediático escogido para realizar la investigación demuestra que

⁹¹ Ver entrevista a Periodista 6 en el anexo de entrevistas.

⁹² Ver entrevista a Periodista 5 en el anexo de entrevistas.

existen aspectos de la rutina periodística que no cambian, como es el trato al conflicto mapuche.

A pesar de que existen nuevas tecnologías que podrían mejorar la forma en que se ejerce el periodismo, estas son utilizadas en la medida de lo conveniente para cada medio. Respecto a esto, también resulta necesario advertir los peligros que suponen las relaciones entre periodistas y fuentes facilitadas por las nuevas tecnologías, ya que el periodismo podría perder su capacidad crítica, siendo reemplazada por una función de relaciones públicas. De hecho, el que los periodistas entrevistados recalquen que su trabajo simplemente responde a los estándares y las líneas editoriales de cada medio, los que no les permitirían trabajar con la libertad que supuestamente debería tener un periodista, también da cuenta de una rutina que busca justificar esta especie de relacionador público que actualmente son los periodistas en los medios nacionales.

CONCLUSIÓN

En tiempos en que la sociedad se encuentra hiperconectada gracias al desarrollo de nuevas tecnologías que, además, han permitido la proliferación de una sobreproducción de información, el periodismo es una profesión que debe estar constantemente adaptándose a las nuevas formas de consumo. En ese sentido, y con el fin de que la profesión no cometa errores que induzcan a la desinformación, el estudio de las prácticas periodísticas y su constante observación es de suma relevancia.

Las rutinas periodísticas han sufrido una serie de modificaciones producto de estos avances tecnológicos, los que impactan, directamente, en el producto final periodístico. A través de diferentes técnicas de investigación se logró describir la rutina periodística de *La Tercera* y *El Mercurio*, periódicos que además tienen medios equivalentes en internet, como son *LaTercera.com* y *Emol*. Considerando que la presente investigación es de carácter inferencial descriptivo, no se propuso una hipótesis; no obstante, tras los resultados obtenidos se pudo encontrar una respuesta a cómo las nuevas tecnologías han modificado las rutinas profesionales.

Por una parte, se identificó que las relaciones interpersonales entre los mismos periodistas y sus fuentes se encuentran mediadas por el uso de aplicaciones como *Whatsapp*. Este tipo de programas no se utiliza como un simple medio de comunicación, sino que en él es posible encontrar la doble función de herramienta de reporte para los

periodistas y una forma rápida y eficiente de generar relaciones públicas por parte de autoridades. Además, también juega un rol dentro de la organización interna de cada redacción, asumiendo funciones de coordinación entre los periodistas y editores.

En ese mismo aspecto, la conexión a través de este tipo de aplicaciones, como así también el uso intensivo de redes sociales, han llevado a los medios a una zona de comodidad en la que no necesitan enviar a sus periodistas a terreno, ya que basta internet y un dispositivo tecnológico para que el profesional “esté” en el lugar de los hechos.

Otro resultado es la diferencia que se da entre la cobertura, a un mismo tema, entre el periodismo impreso y el digital debido a los avances tecnológicos. Si bien los periódicos impresos siguen trabajando bajo la lógica del cierre de edición, la inmediatez que permiten las nuevas tecnologías ha obligado a los diarios a buscar fórmulas para perdurar. En ese aspecto, los periodistas deben proponer diferentes aproximaciones al hecho noticioso con el fin de que no pierda novedad la nota al conocerse nuevas aristas del caso.

En el caso de los periodistas que trabajan en medios digitales, la inmediatez presenta otros desafíos, como la rapidez con la que deben reaccionar para generar una nota publicable y la capacidad de mantener estándares de calidad y que exista un reporte. En ese sentido, sería interesante investigar si es que estos cambios en la rutina efectivamente implican una baja en la calidad periodística de las notas digitales en relación a aquellas de periódicos impresos. Cabe considerar, además, que entre las ventajas que ofrecen las nuevas tecnologías está la posibilidad de rectificar información, por lo que valdría la pena determinar el grado de responsabilidad con el que se maneja este recurso.

Esta investigación acotó la observación no solo a cuatro medios, sino que también a un caso mediático en particular, el asesinato del comunero mapuche Camilo Catrillanca. Por esto también es necesario recalcar que los resultados aquí presentados no pueden ser extrapolados a todas las rutinas periodísticas de los medios chilenos, sin embargo, la investigación sirve como punto de partida para replicar la metodología en otros casos y medios. Esto debido a que las entrevistas realizadas a los diferentes periodistas otorgaron pistas de cómo trabajan en otros casos, ya que en sus respuestas ilustraban situaciones con ejemplos de su trabajo cotidiano.

Es más, incluso se recomienda seguir indagando en esta área limitándose solo al periodismo digital, con el fin de identificar en qué consiste la rutina periodística en estos medios, elementos exclusivos del soporte, y qué recursos utiliza. En esto último, esta investigación resulta insuficiente, ya que si bien se da cuenta de que se usan diferentes recursos en la construcción de una nota digital, estos resultados son demasiado acotados al caso escogido, por lo que existe la suposición de que hay un potencial investigativo en este aspecto.

Retomando los hallazgos de la investigación y volviendo sobre el Caso Catrillanca, dicha elección permitió afirmar que existen rutinas periodísticas que son más rígidas que otras y que no cambian tan fácilmente. La cobertura otorgada a la muerte del comunero se enmarca dentro de una práctica que hace décadas tiende a invisibilizar al pueblo mapuche y, a pesar de las facilidades que ofrecen las nuevas tecnologías, estas son aprovechadas siempre y cuando sean convenientes para los medios.

En otra materia, cabe destacar que esta investigación comenzó en junio de 2018 y se extendió hasta diciembre de 2019. De hecho, se describe cómo *La Tercera* se encuentra en un proceso de renovación considerando las nuevas tecnologías, apuntando a una digitalización del periódico y a la unificación de los equipos periodísticos que lo componen. A mediados de enero de 2020, *La Tercera* informó a sus suscriptores que este plan daría su gran primer paso al sacar de circulación la versión impresa entre lunes y viernes a partir del 1 de febrero. La edición impresa de *La Tercera* solo se mantendrá los sábado y domingo.

Cerca de dos semanas después, se informó que Copesa despidió a cerca de 70 personas, entre periodistas, diseñadores y trabajadores del área comercial. El gerente general de la empresa, Andrés Benítez, informó a los trabajadores que estos cambios responden a una serie de reestructuraciones para privilegiar “las plataformas digitales, las que se seguirán potenciando en forma muy importante. Es decir, nos hemos ido enfocando en las áreas que se han definido prioritarias para el funcionamiento de la empresa”⁹³. Aparte del cese de la edición impresa entre lunes y viernes, la empresa decidió cerrar el *Diario La Hora*, tanto su versión impresa como digital, y el medio digital *Biut*.

Esta modalidad que adoptará *La Tercera* plantea una serie de nuevas interrogantes de cómo se verán afectadas las rutinas periodísticas dentro de este medio, ya que si bien existen muchos periódicos electrónicos, *La Tercera* cuenta con grandes recursos y una tradición periodística que claramente se verá transformada, la pregunta es cómo. ¿Qué

⁹³ Extracto de correo enviado a los trabajadores de Copesa el 30 de enero de 2020. Comunicación personal.

critérios de noticiabilidad predominarán?, ¿cómo será el trabajo en equipo?, ¿qué papel jugará el consumo de la audiencia digital?, ¿cómo se verá afectado el periodismo de investigación?, ¿en qué consistirá el concepto de inmediatez en un medio que alguna vez se rigió por cierres de edición? Estas preguntas, y muchas otras, deben ser parte de las futuras investigaciones en comunicación en los medios chilenos.

Por otra parte, si bien no está directamente relacionado con las rutinas periodísticas, también es necesario prestar atención cómo esta decisión afectará al resto del espectro mediático. ¿Es posible que *El Mercurio* lleve a cabo un plan de digitalización más agresivo que el que actualmente ha implementado?

Sobre las audiencias y su influencia en los medios de comunicación, esta investigación da luces de cómo se relacionan, sin embargo, son lineamientos generales. Además, según las percepciones de los entrevistados, dicha relación es limitada, no obstante, de acuerdo a lo observado, la influencia que éstas tienen sobre los medios no puede ser despreciada. Es así como en futuras investigaciones se podría profundizar en los nuevos escenarios que permiten las nuevas tecnologías, poniendo especial énfasis en cómo la sociedad influye, se relaciona o genera pautas noticiosas en los medios, o bien cómo estos siguen restándole importancia. Incluso, por qué existe este desprecio por parte de los medios y los periodistas en otorgarle crédito a información originada en una comunidad.

Finalmente, la presente investigación también advierte sobre una preocupante función de los periodistas como relacionadores públicos, debido a la relación con sus

fuentes y a las limitaciones que impondrían los medios de comunicación. Si bien los entrevistados son conscientes de que pueden ser utilizados por las fuentes, justifican esta acción como un precio que deberían pagar por contar con información de primera fuente. Por otra parte, también acusan no tener la libertad suficiente para ejercer la profesión de acuerdo a lo que se comprende como el mito profesional del periodismo, por lo que reportean e investigan en la medida de lo posible. Más allá de las apreciaciones personales que se pueden albergar sobre estas situaciones, es imperativo para el periodismo nacional indagar en profundidad este tipo de prácticas, atender a sus causas y buscar nuevos horizontes que aseguren libertad de expresión y un periodismo serio, investigativo y fiscalizador que efectivamente permitan ser un aporte para el país.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Aguirre, F. y González, J. (2012). Medios de comunicación y publicidad privada: Comentarios desde los estándares internacionales de derechos humanos. En *Comunicación y Medios* número 25. Instituto de la Comunicación e Imagen, Universidad de Chile. Recuperado desde <https://bit.ly/2D3AQNL>.

Amolef, F (2004). *La alteridad en el discurso mediático: Los mapuches y la prensa chilena*. Ponencia presentada el Forum de las Culturas, Diálogos "Comunicación y Diversidad Cultural", Barcelona, España. Recuperada desde <https://bit.ly/2OiDm62>.

Andréu, J. (2000). Las técnicas de análisis de contenido: una revisión actualizada. En *Fundación Centro de Estudios Andaluces*, Universidad de Granada, v. 10, pp. 1-34. Recuperado desde <https://bit.ly/2RNJoN3>.

Aruguete, N. (2011). Framing. La perspectiva de las noticias. En *La trama de la comunicación*, vol. 15, pp. 67-80. Recuperado desde <https://bit.ly/31d48SG>.

Bernedo, P. y Arriagada, E. (2002). Los inicios de El Mercurio de Santiago en el epistolario de Agustín Edwards Mac-Clure (1989-1905). En *Revista Historia*, 2002, v. 35, pp. 13-33. Recuperado desde <https://bit.ly/2RmMGaN>.

Bazaco, A., Redondo, M. y Sánchez-García, P. (2019). El clickbait como estrategia del periodismo viral: concepto y metodología. En *Revista Latina de Comunicación Social*, 74, pp. 94-115.

Cáceres, F. y Caro, I. (2018, 16 de octubre). Diputados DC anuncian interpelación a ministro Chadwick por gestión en seguridad. *La Tercera*. Recuperado desde <https://bit.ly/37ugvMp>.

- Camus, J. (2009). *Tienes 5 segundos*. Recuperado desde <https://bit.ly/1M8ICiP>.
- Cantril, H. (1940). La invasión desde Marte. En *Sociología de la comunicación de masas* de Miquel Moragas, pp. 91-110.
- Cervantes, C. (1995). ¿De qué se constituye el habitus en la práctica periodística? En *Comunicación y Sociedad (DECS, Universidad de Guadalajara)*, número 24, mayo – agosto 1995, pp. 97-125. Recuperado desde <https://bit.ly/2NhUHgX>.
- Chechilnitzky, A., Vedoya, S., y Zamorano, C. (2018, 15 de noviembre). Comunero murió en operativo de Carabineros tras robo de vehículos en Ercilla. *La Tercera*, pp. 2 y 3.
- Chihu, A. (2012). La teoría del framing: un paradigma interdisciplinario. En *Acta sociológica*, núm. 58, pp. 77-101. Recuperado desde <https://bit.ly/2uMcQLk>.
- Cooperativa.cl (2019, 25 de noviembre). Juicio del caso Catrillanca se pospone para marzo del próximo año. *Cooperativa.cl*. Recuperado desde <https://www.cooperativa.cl/noticias/pais/region-de-la-araucania/juicio-del-caso-catrillanca-se-pospone-para-marzo-del-proximo-ano/2019-11-25/151104.html>
- Corbetta, P. (2007). La entrevista cualitativa. En *Metodología y técnicas de investigación social*. Madrid: McGraw Hill, pp. 343-373.
- Corrales, O., y Sandoval, J. (2005). *Concentración del mercado de los medios, pluralismo y libertad de expresión*. Santiago. Centro de Estudios de la Comunicación, Universidad de Chile. Recuperado desde <https://bit.ly/2NtLXvz>.
- Correa, S. (2004). *Con las riendas del poder. La derecha chilena en el siglo XX*. Santiago de Chile: Debolsillo.
- Correa, S., Figueroa, C., Jocelyn-Holt, A., Rolle, C. y Vicuña, M. (2001). *Historia del siglo XX chileno*. Santiago de Chile: Editorial Sudamericana.

Cruzat, L., Inostroza, D., Olivares, L. (2018, 20 de noviembre). Interior anuncia querrelas y justifica rol de equipo táctico de Carabineros en La Araucanía. *El Mercurio*, p. C2.

Cruzat, L., González S., Inostroza, D., Martínez J. (2018, 19 de noviembre). Reunión en casa de Chadwick, tras declaración de efectivo del Gope, selló la salida de uniformados. *El Mercurio*, p. C2.

Del Valle, C., Murcia, F., Silva, F. y Ufarte, M. (2019). Tratamiento informativo de los mapuches en el diario El Mercurio. Un análisis de contenido desde la teoría del framing. *Correspondencias & Análisis*, 9, pp. 86-103.

Diario UChile. (2019, 13 de noviembre). Padre de Camilo Catrillanca a un año de su asesinato: “Hay mucha gente acompañando el dolor que tenemos”. *Diario y Radio UChile*. Recuperado desde <https://bit.ly/37vR257>.

Díaz F., Rodríguez S. y Vedoya, S. (2018, 16 de noviembre). Los relatos de las dos horas del operativo policial en Ercilla. *La Tercera*, pp. 6-7.

Dodds, T. (2019). Reporting with Whatsapp: mobile chat applications’ impact on journalistic practices. En *Digital Journalism*, volume 7, issue 6, pp. 725-745.

El Mercurio (2018, 15 de noviembre). Nieto de lonco de comunidad mapuche muere baleado en incidente con carabineros. *El Mercurio*, portada.

Fernández, F. (2002). El análisis de contenido como ayuda metodológica para la investigación. En *Revista de Ciencias Sociales*, vol. II, núm. 96, junio, 2002, pp. 35-53. Universidad de Costa Rica. Recuperado desde <https://bit.ly/30PhfJs>.

Ferraro L. y Rivas, S. (2018, 14 de noviembre). Cómo La Moneda se enteró del incidente en que murió baleando un comunero mapuche en Temucuicui. *La Tercera*. Recuperado desde <https://bit.ly/2GqmlCt>.

Fuentes, V., Hamilton, A., Monrroy, E. y Soto, J. (2018, 21 de noviembre). Caso Catrillanca: intendente de La Araucanía renuncia tras anuncio DC de acusación constitucional en su contra. *El Mercurio*, p. C2.

Fuentes, V., y Sánchez, C. (2018, 15 de noviembre). Nieto de lonco de comunidad mapuche muere baleado en incidente con carabineros. *El Mercurio*, p. C9.

Gerring, J. (2015). ¿Qué es un estudio de caso y para qué sirve? En Castiglioni, R. y Fuentes, C. (editores). *Política comparada sobre América Latina: teorías, métodos y tópicos*. Santiago: Ediciones UDP, pp. 79-116.

Han, B. (2014). *Psicopolítica*. Barcelona: Editorial Herder. Recuperado desde <https://bit.ly/2vrZrWb>.

IPSOS (2018). *Panel Lectoría IPSOS Periódicos*. Periodo diciembre - mayo 2018. Documento facilitado por fuente reservada a Emma Antón.

Labrín, J. (2011). *Análisis de la cobertura y tratamiento de conflictos indígenas (2010-2011)*. Santiago de Chile: Instituto de la Comunicación e Imagen.

La Tercera (2018a, 15 de noviembre). Operativo tras un robo de autos deja un comunero mapuche muerto en Ercilla. *La Tercera*, portada.

La Tercera (2018b, 14 de noviembre). Comisión de DD.HH. de la Cámara pedirá explicaciones a Chadwick por muerte de Catrillanca. *La Tercera*. Recuperado desde <https://bit.ly/37tJz6t>.

La Tercera (2018c, 14 de noviembre). Mundo político reacciona ante muerte de joven comunero mapuche. *La Tercera*. Recuperado desde <https://bit.ly/2RtOeQE>.

La Tercera (2018d, 14 de noviembre). DC pide fiscal preferente para investigar muerte de comunero mapuche en Ercilla. *La Tercera*. Recuperado desde <https://bit.ly/311AK1t>.

La Tercera (2018e, 14 de noviembre). Realizan manifestación en Santiago por muerte de comunero en Ercilla. *La Tercera*. Recuperado desde <https://bit.ly/2RPIvn4>.

Lagos, C., Checa, L. y Cabalín, C. (2011). *Publicidad privada y libertad de prensa*. Material docente no publicado. Recuperado desde <https://bit.ly/2MCmXpq>.

López, F. (2002). El análisis de contenido como método de investigación. En *XXI, Revista de Educación 4*, Universidad de Huelva, pp. 167-179. Recuperado desde <https://bit.ly/2Ggf8on>.

López, A. y Vial B. (2018, 25 de noviembre). Las horas críticas tras la muerte del comunero Camilo Catrillanca”. *La Tercera*, pp. D8-D9.

Marín, V. (2018, 20 de noviembre). Muerte de Catrillanca: Diputados DC anuncian acusación constitucional contra intendente Mayol. *La Tercera*. Recuperado desde <https://bit.ly/38EMfhP>.

Martínez, J. (2018, 21 de diciembre). Presidente realiza inédita remoción de general director de Carabineros y de otros 10 miembros del alto mando. *El Mercurio*, p. C2.

Martini, S. (2000). *Periodismo, noticia y noticiabilidad*. Reproducción de capítulos 1, 2, 4 y 5 como material docente para Taller de Reporteo de la Universidad de Chile. Recuperado desde <https://bit.ly/2ME0BUc>.

Mellado, C., Humanes, M., Scherman, A. y Ovando, A. (2018). Do digital platforms really make a difference in content? Mapping journalistic role performance in Chilean print and online news. En *Journalism*. 10.1177/1464884918792386. Recuperado desde <https://bit.ly/2NTfdnK>.

Miceviciute, J. (2013). Frame periodístico: un concepto puente entre la psicología, la sociología y la lingüística. En *Zer*, vol. 18, pp. 71-96. Recuperado desde <https://bit.ly/2Gza6Ue>.

Mönckeberg, M. (2009). *Los magnates de la prensa. Concentración de los medios de comunicación en Chile*. Santiago de Chile: Debolsillo.

Montes, C. (2018, 21 de marzo). Diez años de Facebook en Chile. *La Tercera*. Recuperado desde <https://bit.ly/2LYkaLz>.

Nahas, M. (2018, 18 de noviembre). Ninguno de los cuatro carabineros que participaron en este procedimiento estuvo en el curso Jungla en Colombia. *La Tercera*, pp. 2-3.

Nazer, R. (2000). La fortuna de Agustín Edwards Ossandón: 1815-1878. En *Historia* (Santiago), 33, pp. 369-415. Recuperado desde <https://bit.ly/2NDRCXx>.

Núñez, L. (2018a, 14 de noviembre). Comunero mapuche muere en incidente con Carabineros en Región de La Araucanía. *Emol*. Recuperado desde <https://bit.ly/36vGly2>.

Núñez, L. (2018b, 14 de noviembre). Intendente Mayol señala que comunero falleció tras enfrentarse con carabineros y participar de robo de vehículos. *Emol*. Recuperado desde <https://bit.ly/2TXxD9i>.

Osses, B. (2018, 14 de noviembre). General director de Carabineros y muerte de comunero: “Por el momento se desconoce la trayectoria del disparo”. *Emol*. Recuperado desde <https://bit.ly/36vDEws>.

Peña J. y Romero, M. C. (2018, 15 de noviembre). Las versiones que existen sobre la muerte del comunero Camilo Catrillanca en Temuco. *Emol*. Recuperado desde <https://bit.ly/36otmhK>.

Rico, M. (2012). Periodista multimedia interactivo: eje de los grupos de comunicación españoles. En *Cuadernos de Información* 31, pp. 103-116. Recuperado desde <https://bit.ly/2NmcBPO>.

Riquelme, A. (s.f.). *Historia de la concentración y privatización de la banca chilena*. Recuperado desde <https://bit.ly/39IbRvj>.

Rivas S. (2018, 14 de noviembre). Nieto de lonco y activista estudiantil: El perfil de Camilo Catrillanca, el joven comunero mapuche muerto en Temuco. *La Tercera*. Recuperado desde <https://bit.ly/2U53GEa>.

Rodríguez, S. (2017, 16 de julio). Nueva casa, nuevos desafíos. *La Tercera*. Recuperado desde <https://bit.ly/2Ua2a1T>.

Romero, M. C. (2018, 15 de noviembre). Chadwick respalda a Carabineros en su “deber de perseguir delitos” y solicita fiscal exclusivo por muerte de Catrillanca. *Emol*. Recuperado desde <https://bit.ly/38FzCTL>.

Santa Cruz, E. (2015). *Prensa y sociedad en Chile, Siglo XX*. Santiago de Chile: Editorial Universitaria.

Schlesinger, P. (1977). Newsmen and Their Time-Machine. En *The British Journal of Sociology*, Vol. 28, n° 3, pp. 336-350. Recuperado desde <https://bit.ly/2vrYFZz>.

Schlesinger, P. (1992). Repensando la sociología del periodismo: estrategias de las fuentes y límites del centralismo en los medios. En *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, primavera, año/vol. IV, número 013-014, pp. 279-907. Universidad de Colima. Colima, México. Recuperado desde <https://bit.ly/2Oub9XQ>.

Schlesinger, P. y Doyle, G. (2014). From organizational crisis to multi-platform salvation? Creative destruction and the recomposition of news media. En *Journalism: Theory, Practice and Criticism*. Recuperado desde <https://bit.ly/2Og4Qqv>.

Shoemaker, P. y Reese S. (1991). *Mediating the message: theories of influence on mass media content*. Longman, New York. Recuperado desde <https://bit.ly/2OfW7V8>.

Stange, H. y Salinas, C. (2009). Rutinas periodísticas. Discusión y trayectos teóricos sobre el concepto y su estudio en la prensa chilena. En *Cuadernos ICEI*, 5,

Santiago de Chile: Universidad de Chile, pp. 1-41. Recuperado desde <http://bit.ly/1L0U569>.

Subtel (2018, 3 de mayo). Conexiones 4G alcanzan los 11 millones y el 84% de los accesos a internet se realizan desde un dispositivo móvil. *Subsecretaría de Telecomunicaciones*. Recuperado desde <https://bit.ly/2MpxBQN>.

Tello, A. (2017). Tecnologías de la propaganda. Contribuciones para una genealogía sobre el gobierno del público. En *Revista Faro*, Vol. 2, n.º 26, pp. 4-33. Recuperado desde <https://bit.ly/2APFDBo>.

Toro, I. (2018, 15 de noviembre). Las dudas abiertas por la muerte del joven mapuche Camilo Catrillanca. *La Tercera*. Recuperado desde <https://bit.ly/2RUdRsu>.

Tuchman, G. (1999). La objetividad como ritual estratégico: un análisis de las nociones de objetividad de los periodistas. En *Cuadernos de Información y Comunicación*, n.º4. Universidad Complutense de Madrid. Recuperado desde <https://bit.ly/2OhePfi>.

Valdebenito, M. (2016). *Incidencia de las herramientas tecnológicas digitales en las rutinas periodísticas. Estudio de El Mercurio y La Tercera, como exponentes de los medios impresos y en línea chilenos*. Memoria de doctorado. Universidad Complutense de Madrid.

Vaus, D. (2001). Chapter 13: Case Study Design. En *Research design in social research*. London: Sage, pp.219-232.

Vedoya, S. (2018, 19 de noviembre). Familia Catrillanca: “Quedó demostrado que acá Carabineros hace montajes”. *La Tercera*, p. 5.

Zamorano, C. (2018, 14 de noviembre). Representantes mapuches aseguran que comunero fallecido no participó de robo *La Tercer*. Recuperado desde <https://bit.ly/36tcXIX>.

Zapata, L. (2018, 15 de noviembre). Intendente Mayol: “Son actos de delincuencia común”. *La Tercera*, p. 3.

Zeller, F. y Hermida, A. (2015). When Tradition meets Immediacy and Interaction. The integration of Social Media in Journalists' Everyday Practices. En *Sur le journalisme, About journalism, Sobre jornalismo*, Vol. 4, n.º 1. Recuperado desde <https://bit.ly/2niU9YD>.

ANEXOS

Entrevista Editor 1

Exeditor de *Emol*

¿Qué funciones implica el cargo de editor?

Tenía que revisar textos, hacer textos, proponer ideas de temas y preocuparme de la portada de la página de *Emol* durante las tardes. Además, debía ver las prioridades en noticias, como qué noticias van primero y qué noticias van después, qué noticias van con foto y cuáles sin foto. Trabajaba en la sección país, pero dependiendo de la carga de trabajo podía influir en Economía y en Espectáculos.

¿Cómo se organiza el trabajo en la redacción de *Emol*?

Tenemos periodistas que asisten a todas estas conferencias de prensa y van muy a la par con la radio, de hecho, los cabros son súper rápidos, en veinte minutos tienen la nota lista, con tres o cuatro párrafos, no se necesita más, con todo lo que se dice en el minuto.

En un diario se necesitan seis horas para desarrollar una nota, o a lo mejor una noticia se dio a la una de la tarde, entonces tienes cuatro o cinco horas para poder madurar todo eso y ver las diferentes aristas. Por lo general, los medios escritos le dan una vuelta al tema o toman otra patita para no llevar lo mismo, porque la gente ya sabe la noticia, ya salió. Para que al otro día no salga lo mismo, porque ya es noticia pasada, entonces esa es la mirada que se le da. En cambio, en el medio digital, lo que hacemos es sacar esa noticia y después sacar otra arista, pero nunca usamos como tres o cuatro fuentes, que es lo que se hace en un diario, porque solo una de esas fuentes te puede alcanzar para una nota sola, a no ser que quieras poner dos o tres fuentes, porque están hablando todas del mismo tema, pero

la verdad es que puedes tener otra arista más o menos rápido, por qué, porque la persona que está en la conferencia te manda la nota en el minuto, pero en paralelo hay otro compañero que puede estar haciendo o ya adelantó otra arista. Esa es la pega del editor, ir adelantando la nota que sigue a lo que está pasando. Cuando hay un tema muy fuerte hay que ir actualizando cada dos o tres horas la página, con otra arista o algo que vaya en línea a ese tema, entonces ya había alguien trabajando para la tarde en ese tema y otro trabajando para el otro día para abrir con el mismo tema. Es como la lógica de la continuidad de la noticia, que no se pierda lo noticioso, que siga, siga, siga, porque sabemos que es el tema fuerte.

Hay algunos periodistas del equipo que ya tienen frentes como más o menos marcados, hay unos que son súper policial, están los del Congreso, los de judicial y los de política, por lo general todos ellos están fuera de la oficina, en el centro, y están los otros que no son tan específicos. Pero si los periodistas que se especializan en un frente están con mucha carga de trabajo, otra persona hace otras aristas de un tema. Yo tuve que hacer notas de cultura, de la Feria del Libro y yo no tengo mucho que ver con eso, porque mi rol era más de país. En el fondo, todos hacen de todo, hay algunos periodistas que tienen un frente más o menos definido, pero igual les toca hacer de todo.

Respecto a las mismas fuentes, ¿cómo las consiguen?

Pasamos por prensa o las llamamos directamente. *Emol* tiene buena base de datos, aunque no es como que haya una base de datos para todos; hay gente que lleva mucho tiempo trabajando, como el editor general, que después se fue, que tenía contactos en todas partes y nos decía “llámame a esta persona, llámame a este otro”, y de esos teníamos el número directo. Además, si tú dices “hola, lo estamos llamando de *Emol*”, la mayoría de las fuentes lo conoce, lo asocia a *El Mercurio*, por último, y te responden “al tiro, encantado”. Son los menos los que no te quieren responder, pero como llamas de *Emol*, como es un medio influyente, te contestan al tiro, la mayoría está muy abierta a contestar. “Ah, *El*

Mercurio, mira, estoy ocupado ahora, pero llámame de nuevo en 15 minutos” y te respondían después de los 15 minutos, nunca dejan pagando.

Y el material de apoyo, como fotos o videos, ¿los consigue el periodista encargado de la nota?

El mismo periodista consigue los videos, o *Emol TV*. De hecho, estamos súper en línea con *Emol TV*, porque llevaba todos los días entrevistados y a veces nosotros creíamos que era muy importante esa entrevista y yo misma hacía, a veces, la nota del entrevistado, hablando sobre determinada noticia. Como ellos tienen una plataforma más audiovisual, ellos se tenían que conseguir a la mayoría de las veces los videos, con el Gobierno, los videos con otros medios, no sé, ellos eran los que por lo general nos proporcionaban material audiovisual si era un tema de importancia nacional, que había que llevar en *Emol*, pero si no, lo conseguía el mismo periodista. Para otro tipo de productos, como especiales interactivos, el periodista debía conseguir la información y trabajarla con un diseñador. Por ejemplo, me tocó hacer los no sé cuántos años del voto femenino en Chile, entonces yo elegí cuáles eran las personas que yo quería que salieran en un gráfico, en una foto que iban a hacer como un montaje; cuáles eran las cuatro mujeres que yo quería poner ahí. Las elegí y fui a hablar con el diseñador que hizo un montaje con las cuatro mujeres que iban a aparecer en esa foto. Lo mismo se hacía con los datos, quería hacer una encuesta corta y ahí los diseñadores te pedían los datos y te los conseguías con el Ministerio o la universidad que los hiciera.

Una vez con los datos, se los pasabas a los diseñadores y te decían qué se podía hacer, pero lo que tenía que ver con audiovisual era directamente con *Emol TV*. Si *Emol TV* no lo se lo había conseguido te lo conseguías tú, y después se los pasabas a *Emol TV*. Era un traspaso de información mutua. Ellos entraban a la pauta con nosotros, sabíamos a quiénes iban a entrevistar, qué preguntas iban a hacer. Ellos tienen su propia pauta de preguntas, pero a veces no habían visto que había salido una información de último minuto, entonces

les decíamos “pero este hombre habla de no sé qué, por qué no le preguntan de esto”, entonces estábamos trabajando a la par con ellos.

¿Cómo se determinan qué notas de *El Mercurio* se publicarán en *Emol*?

Emol y *El Mercurio* son dos medios totalmente diferentes y hay una política de subir todos los días sólo tres notas de *El Mercurio* en la mañana, por lo general las tres son del Cuerpo C y, si no, la parte final del Cuerpo A o Economía. Esas son las únicas, la mayoría de las veces las tres noticias son del Cuerpo C y solamente se puede, al principio, poner tres párrafos explicativos y después poner “ver más” o “si quieres saber más de esta noticia ingresa a” y pones el link del papel. El papel es otro link, nada que ver a *Emol*. Son plataformas totalmente distintas, entonces, los últimos meses para que aumentara la gente que se suscribía a *El Mercurio* se estaba tratando de subir sólo un párrafo de la noticia, para que la gente estuviera obligada a meterse al papel para poder leer las notas y no leerlas en *Emol*, que sólo sube tres párrafos explicativos. Esa fue la última política.

¿Y qué pasa si *Emol* cuenta con una exclusiva? ¿*El Mercurio* usa el material?

Es muy raro que *Emol* tenga una exclusiva, por lo general *El Mercurio* tiene siempre la exclusiva, en todo orden de cosas, es muy raro. Creo que pasó una vez cuando estaba yo, pero es muy raro. *El Mercurio* nunca nos citaba en nada, *Emol* es para *Emol*. De hecho, yo no conocí mucho a la gente de *El Mercurio*, a lo más una o dos veces en que tuve que pedirles contactos.

Mientras uno trabaja dentro de la empresa se conoce muy bien la diferencia entre *Emol* y *El Mercurio*, pero tú llamas a un entrevistado y te dice “*Emol*, ah, *El Mercurio*”, y creen que van a salir en el papel también. La gente no los diferencia, aunque ya llevan años tratando de posicionarse, *Emol* es un equipo súper joven.

¿Con qué redes sociales cuenta *Emol*?

Emol no tiene Facebook, sólo Twitter, y en Twitter se suben como dos o tres notas diarias. ¿Por qué? Porque *Emol* quiere ser una red social, esa es la política de la empresa. En *Emol* tú te puedes hacer un perfil, ya hay como 500 mil hechos.

¿Consideran los comentarios de la comunidad que participa del medio digital en la pauta noticiosa?

No son considerados, de hecho, hay un mediador de comentarios. La idea es que no siempre se muestren comentarios en la misma línea, siempre tienen que estar alternados, esa es pega del que media los comentarios. Entonces, él, sin que nadie vea, le puede poner me gusta a un comentario para que suba y a otro comentario también para que suba, entonces uno puede ser en contra y otro a favor. No es un sistema aleatorio, es arbitrario, y elimina, por supuesto, mucha publicidad y sorteos, eso se elimina todo. También se eliminan los comentarios que son muy agresivos, que se refieren peyorativamente a una persona en específico, o que hablan de la vida privada de alguien, esas cosas se eliminan. Por lo general el comentarista de *Emol* es muy agresivo y todos lo sabemos. De hecho, leíamos los comentarios entre la persona mediadora y nosotros, y era onda “mira lo que pusieron, esto se elimina”, y era una cosa terrible. También tiene un sistema que te filtra las palabras, no puedes decir, caca, poto, pene, eso queda eliminado, te lo borra inmediatamente el sistema, pero la gente igual escribe con asteriscos, o con espacios, se las ingenian igual, y esos comentarios después se eliminan igual. De los meses que estuve ahí, una vez a las mil, habrán sido tres los comentarios que te dan algo de la noticia. “Oye, supe esto”, “ah, investiguemos esto”, “sabes qué, esta persona parece confiable, me metí al perfil y no sé, es cientista político”, y tiraba un dato de que en tal ministerio había un dato sobre el tema y se podía reportear. Pero era lo menos, por lo general el comentarista *Emol* se mete para puro hacer mierda.

¿Cómo abordaron el Caso Catrillanca?

Nunca teníamos solamente la opinión de la autoridad ni nada de eso, también teníamos como fuentes a autoridades de comuneros. Tratamos de que no fuera tan político el tema, que no fuera tan polémico tampoco, porque era un tema súper delicado, esos días fueron bien terribles.

¿Cómo lo hicieron con las declaraciones de Chadwick?

Todos los medios la replicaron, porque era la voz oficial. Si la voz oficial te dice que la cosa es así, que es un Gobierno, o sea, uno nunca lo va a cuestionar, es la máxima autoridad de un país y te dice que es así. Es distinto a colgarse de la noticia de otro medio, en la que sólo ellos entrevistaron a una persona y tú no sabes el contexto, y te cuelgas de eso; en esta ocasión era el mismo personero de Gobierno diciendo algo para todos, y todos lo tomamos así, si era la voz oficial. Chadwick había dicho que él tenía antecedentes penales o judiciales, no recuerdo cuáles eran. Lo hicimos todos por igual.

Y cuando se desmintieron los primeros hechos, ¿cómo cubrieron el caso?

Después creo que sacamos una nota como con las diferencias o con los nuevos antecedentes. Pasa que *Emol* tiene una estructura básica para trabajar: entre que sale una noticia y ves de qué se trata esa noticia, tienes que ir buscando diferentes aristas, como quién es el personaje principal de esa arista y se hace un perfil de ese personaje principal. Como siempre tienes que estar sacando una nota cada tres horas, actualizando esa noticia, y como era tan importante la de Catrillanca, uno tenía que actualizar, ojalá, cada tres horas con distintas aristas, como quién era Catrillanca, quién es el papá de Catrillanca, cuál es la comunidad, “así surgió la comunidad de donde viene Catrillanca”, desde cuándo es que está el operativo, qué viene haciendo Carabineros en esa zona, desde cuándo están, en fin, todo el entorno. Entonces, cada tres horas se va cambiando, pero eso cuando ya salieron los nuevos antecedentes y se cuestionó la versión del Gobierno se sacó inmediatamente,

yo no me acuerdo cuánto nos demoramos en hacerlo. No se bajan las noticias, que yo sepa las notas nunca se bajan, a veces sí se editan, pero no recuerdo si esas las editamos o no.

La base del periodismo es investigar y corroborar los datos, pero a lo que voy es que si te lo dice una fuente oficial, que es la que maneja todos esos datos y se supone que investigó para poder dar esa versión, tú confías y es la voz más oficial del país. Por ejemplo, con los datos del Ministerio de Salud, o qué se yo, tú tiras la cifra y después te pones a investigar y ahí viene la otra parte: “ah, las cifras que dio el Ministerio no eran tan así como lo dijeron”. Por lo general, esos temas, cuando son como cifras en las que tú a lo mejor piensas que podrían estar equivocadas, se llaman a fuentes más o menos similares, como a universidades o docentes, para corroborar y sacar una nota como cuestionando un poco, pero por lo general, uno como medio confía en la fuente oficial. ¿Por qué habrías de cuestionarla si se supone que es la información de primera fuente? Ellos tienen la información, en Catrillanca ellos tenían la información del operativo, no tenías cómo saber en el minuto sobre los antecedentes, si él había estado preso antes, si cometió algún delito antes, es una información que va a salir después con el tiempo, pero no en el momento.

¿Cómo lo hacen con ese tipo de nuevos antecedentes?

Siempre se hace una nueva noticia, allá no tienen la política de actualizar, sino que era una nueva noticia, a no ser que fuera un cambio muy mínimo, como que saliera el nombre de un muerto. Ahí se actualiza con el nombre no más, pero si no se hacía una noticia totalmente nueva.

Entrevista Editor 2

Editor digital Grupo Copesa

¿Qué funciones implica el cargo de editor?

Yo he hecho de todo un poco en la compañía, hoy estoy como ligado a la jefatura de las redes sociales y de los medios digitales de alta audiencia del grupo. Antes fui subeditor digital de *La Tercera*, lo que implica un montón de tareas dentro del *breaking news*, aunque también dentro de otras áreas. Estoy involucrado en todo el proceso como de información, de cómo se trabajan las noticias que se producen para el papel y las que producen en el día en general, y también en la creación de productos para el área digital y la estrategia de redes sociales

¿Cómo se organiza el trabajo en la redacción de *La Tercera*?

En este caso, durante mucho tiempo fue parecido a *El Mercurio* y *Emol*, ya que *La Tercera* era un medio con una redacción distinta a la de la edición impresa. Pero luego no, el 2015 la redacción de *LaTercera.com* se fusionó con la redacción del papel, porque ha habido ciertos procesos que han buscado estimular la fusión de ambos productos y poco a poco estamos entrando en un camino en el que van a terminar confluyendo las dos cosas en un solo equipo. Hoy *La Tercera* está entrando en otro proceso de la suscripción digital, entonces eso también implica un montón de desafíos, no sólo de digitalizar el diario, sino que de generar equipos que se hagan cargo de tareas más específicas. *La Tercera* va a tener un equipo *print*, que va a ser el encargado de la edición impresa, y el resto va a producir contenidos en general y de ahí se va a seleccionar qué va a ir al papel y qué va a digital, que es un poco como los modelos con los que se ha experimentado afuera y con lo que se está trabajando ahora.

¿Pero esta reestructuración aún no se completa?

Hoy funciona a medias, porque está en vías de, entonces sigue existiendo *LaTercera.com*, pero ya no como medio independiente, como *Emol*, porque existe una editora general del

diario, que es la Gloria Faúndez, nombrada hace dos semanas, y otra editora en jefe del diario que es la María José O'Shea, ella era la editora de *La Tercera PM*. Entonces ellas están más o menos tomando el producto digital de los cachos, por decirlo de una manera bien coloquial, para que exista un correlato entre la edición papel y la digital, y para optimizar recursos dentro de la misma empresa.

¿Y para eso se contratan nuevos periodistas o los que ya trabajan asumen nuevas funciones?

Creo que eso está en su contrato, eso está estipulado desde tiempos inmemoriales, siempre ha sido así, una buena nota en internet podría ir al papel, o siempre una buena nota de papel está en internet. Hay un correlato desde el comienzo de los tiempos.

Hay editores de cada área, hoy día la orgánica del diario es distinta como está el proceso, y así son todas las estructuras digitales, son súper líquidas, siempre se están moviendo. Yo el año pasado trabajaba mucho más con *La Tercera* en papel y con *La Tercera* digital, y este año no, estoy más dedicado a los productos, entonces es distinto y va cambiando a cada rato. Ahora, qué lo determina depende del producto y la edición. Es decir, la PM tiene una editora, que es la María José, que tiene un equipo con grandes periodistas, ese es un producto, y si una nota buena de *La Tercera PM* califica, ya la José no es solo editora de *La Tercera PM*, sino que es una de las editoras jefes del diario, entonces ella podría decir “esto está bueno”. De hecho sucedió ayer, una nota de *La Tercera PM* hoy día salió en la edición impresa, algo que determinan los propios editores. Lo que sí te puedo decir es que hay rutinas periodísticas que son inalterables, o clásicas, que se han ido adaptando a este escenario digital de convergencia. Por ejemplo, las pautas de la mañana hoy día tienen un editor digital, o una editora digital que está presente y lleva los temas a la gente que está en la edición de internet que, de hecho, ese equipo este año, o desde hace un mes o dos, está trabajando solo en *breaking news*, entonces esa mesa solo responde a *breaking news*. Ya no escriben temas ni nada, sino que los temas vienen siempre del diario, independiente de la hora en que se publican; si se publica en internet a las siete de la tarde no quiere decir “tirémoslo a internet y no a papel”, al contrario, si es una buena historia se

adelanta, o no se adelanta, dependiendo de la exclusividad también, y también llega a la edición papel del día siguiente

¿Con qué redes sociales cuenta *La Tercera*?

Con *Twitter*, *Facebook* e *Instagram*, y ahora estamos trabajando en el proceso de suscripción, en generar nuestro propio sistema, es otra cosa, pero sí. Y bueno, también está Google; no sé, uno piensa en redes sociales y en realidad el trabajo que uno tiene que hacer para aparecer en los buscadores es tan magnánimo como las redes, así que sí, está enfocado en todo eso.

Todas las redes tienen la misma cantidad de gente dedicada, porque todas tienen intereses distintos. Hay un equipo de redes sociales y hay gente dedicada a las necesidades de cada red social.

¿Y estos equipos son los que se encargan del tráfico de los productos de *La Tercera*?

Es que hay distintos medios, hay unos que están planeados como para ser de alto tráfico, como *Mouse*, *Biut* o *Glamorama*, que tocan otro tipo de temática. Está *La Cuarta*, que es un diario con un perfil mucho más blando que *La Tercera*. Hay otros que están planteados desde el punto de vista editorial no más, como lo que siempre ha sido *La Tercera*: política, reportaje, ese tipo de temática.

¿Consideran los comentarios de la comunidad que participa del medio digital en la pauta noticiosa?

En la medida que sea atingente. Si dicen que hay un ovni en Lo Prado, como existe una visión editorial de que es un fenómeno que probablemente es científicamente irrelevante, no lo van a tomar en serio, pero si es una información de que hay un indicio de algo, obviamente las redes sociales no tienen diferencia en ese caso de cualquier otro sistema de comunicación. Ahora, no sé, va a depender siempre del caso.

Te puedo responder con hechos, lo que se hace y lo que no, porque la importancia es un concepto súper abstracto. Yo creo que sí nos importan los comentarios de la gente, pero

¿qué mecanismo hay para recogerlo? Sí, en la pauta se habla de los temas que la gente está hablando, sí hay hechos ruptura donde la opinión de la gente vale más, por ejemplo, las catástrofes. Chile es un país de muchas catástrofes, obviamente importa lo que está diciendo la comunidad. Si puedes mapear un problema, ponte tú, de corte de agua y de luz, sí importa, importa demasiado, pero en otros casos en donde lo que requieres es información, más allá de que sea verosímil o no, los periodistas operan como periodistas, tienen sus fuentes. No sé, tendrías que consultarlo con un reportero, o sea, yo soy, lo fui y seguiré siendo, pero no me toca reportear casos, yo creo que sí, yo creo que sí lo toman en cuenta. Si les llega información atingente y contingente, sí, obviamente lo consideran, acá hay periodistas que tienen accesos a otro tipo de fuentes, como carabineros.

En las pautas se habla de lo que la gente está comentando en las redes sociales, absolutamente, no lo pasan por alto, pero de ahí a que todos los días haya algo relevante en las redes sociales no lo creo. Pero sí se habla y sí lo toman en cuenta.

¿Cómo abordaron el Caso Catrillanca?

El Caso Catrillanca es un caso súper emblemático, yo creo que es más una excepción que una regla lo que pasó con Catrillanca, no en *La Tercera*, en el periodismo en general. Tuvieron que salir los de Ciper para que mucha gente se diera cuenta de la real dimensión y no se quedara con lo que había dicho el ministro del Interior. Ahora, es un caso súper complejo, y solo te puedo decir que cuando yo estaba en ese producto trabajando siempre hubo altos estándares periodísticos que implicaban no solo reproducir lo que dice alguien por el hecho de ser una autoridad. Obviamente, si hay una crítica que todos los ciudadanos tenemos contra los medios es esa, el acto de reproducir inmediatamente para tener rédito de la manera que sea, sea el modelo de negocios que tenga, obviamente muchas veces me indigné con portadas de *El Mercurio* y obviamente yo entiendo que estaban cumpliendo con una misión política, otra misión comercial y otra misión editorial, son tres cosas. En este caso, el estándar de *La Tercera* yo creo que siempre fue alto, desconozco el caso específico, pero el estándar siempre es el mismo, tres fuentes, que esté confirmado; ahora si lo dice el ministro del Interior, es *heavy*, porque es un caso único, yo creo que es un

caso único en que la clase política tiene que retroceder tanto en una posición súper radical que había tomado en un comienzo. Entonces es difícil, es difícil.

Y cuando surgió nueva información sobre el operativo, ¿cómo lo hacen con ese tipo de nuevos antecedentes?

Hasta el punto en que yo estuve, dependía del caso, pero muchas veces se hacía una nota nueva, o se rectificaba en la misma nota y se le ponía un asterisco, porque si tú te pones a pensar, si alguien encuentra algo que no corresponde con la realidad, que no se condice, hubo un error, ¿cómo lo corrijo? Lo corrijo sacando una nota nueva, muchas veces la nota nueva pone en conocimiento a más gente sobre el error que sobre la corrección, entonces en muchos casos se editó la nota original para que la gente que todavía llegaba a esa información, cuando la encontrara, dijera “ah pucha, aquí había un error”, y en el caso de la nota nueva depende del caso. No se borra nada, todo existe, jamás se ha borrado una nota en *La Tercera*, jamás, que no la puedas encontrar es otra cosa, pero jamás se ha borrado ninguna nota en *La Tercera* que haya sido producida.

¿Qué tanto influye la necesidad de comunicar rápido las *breaking news* en la producción de la noticia?

Yo creo que no hay educación en torno a los formatos periodísticos, de parte del público y de los propios periodistas. Se necesita tiempo para un reportaje, necesita que el periodismo tenga ese aire que haga lo que hace Ciper, que están haciendo muy bien los cabros de El Desconcierto, que haga muy bien lo que está haciendo el cuerpo de reportajes de *La Tercera*, que es tomarte el tiempo, investigar, tener más de tres fuentes, chequear, re contra chequear, todo eso se enmarca dentro de un formato que es el reportaje La nota periodística es otra cosa, es *breaking news*, es salir rápido y, si es en ese caso, claro, si la crítica fundamental es que el periodismo perdió la capacidad de pensar y dejar de reproducir lo que dice otro como loro, yo estoy totalmente de acuerdo, son esclavos de eso, sí. Ahora si *La Tercera* lo ha perdido o no, yo creo que no, y creo que es uno de los

medios con más altos estándares a la hora de tomar ese tipo de decisiones, porque es *heavy* como hoy día tú lees en Twitter muchas cosas que son mentira publicadas también, obviamente hay un estándar que tiene que ver con tener tres fuentes, con que lo haya dicho una fuente autorizada, o una fuente oficial, o una fuente directa. Fuentes indirectas, en *breaking news*, jamás, a menos que tengas un dato que te haya dicho alguien directamente y que lo hayas chequeado con tres o cuatro fuentes, no rumores.

Si la pregunta es si se ha perdido como el estándar periodístico, es sí, pero ¿de qué producto? A medida que tú vas cambiando de producto te vas encontrando que ese criterio no sirve para todo. Si hablamos de reportaje, sí *pos*, si yo leo un reportaje que alguien se tomó dos semanas en hacer y dice puras mentiras, es porque claramente hay un trabajo periodístico deficiente; si la crítica es porque en una nota de *breaking news*, de noticia, de un hecho ruptura, como fue ese, o puede ser otro, puede ser un terremoto, con el que te equivocaste la magnitud, y dijiste que el terremoto había sido magnitud 9.2 y fue 8.9, y la diferencia entre una y otra versión es que antes de un 9.2 las inmobiliarias tienen que responder y pagar y devolverle toda la plata a la gente si es que hubo pérdida total, y ante un 8.9 no, es la misma sensibilidad, es igual de grave. Obviamente no se compara a la muerte de alguien, pero el error periodístico técnico es exactamente el mismo. ¿Es exigible en un *breaking news*? Sí o no ya va a depender del estándar de medio y del editor, y yo creo que aquí sí hay el estándar para esos términos. Si no le podemos creer a Chadwick estamos cagadísimos, o sea, si tú como ciudadano no le puedes creer a Chadwick, o si nosotros los periodistas vamos a tener que poner en tela de juicio, no en dos semanas, porque eso se hizo, ese trabajo se hizo, y se hizo un reportaje, pero en términos de un día, llamarlo y decirle “ministro ¿está usted seguro de lo que está diciendo?”, es imposible.

Entrevista Editor 3

Editor de política y nacional de *La Tercera* (impresa y digital)

¿Qué funciones implica el cargo de editor?

A ver, te voy a contar algo a modo de contexto. A raíz del tema de las tecnologías y de cómo la publicidad se fue trasladando, se fue saliendo del papel. El papel funcionaba básicamente de la siguiente forma: se realizaba un grupo de noticias y se empaquetaban, y la publicidad se encargaba de financiar al diario. En el último tiempo el negocio del papel empezó a morir, morir, morir. Yo siento que con la llegada de José Luis Santa María a la dirección de *La Tercera*, y con Andrés Benítez a la dirección de Negocios y Editorial de Copesa, se ha venido sincerando el tema económico y el tema digital. *El Mercurio* no ha hecho este proceso, no estoy diciendo que eso sea bueno o sea malo, pero *El Mercurio* sigue trabajando con la estructura antigua. Tiene un gran equipo para hacer el diario papel, que es un buen diario, y sigue trabajando con mucha gente y todo. Y paralelamente sigue trabajando con *Emol*, que son equipos completamente diferentes. Y ese *Emol* es un equipo diferente, el equipo de reportajes de *El Mercurio* es un equipo diferente, el equipo de política, todos son mucha gente. Cuando llegó José Luis Santa María dijo que ese funcionamiento como que ya no daba, y él decidió implementar cambios. Entonces, cuáles son estos cambios, porque tú tampoco puedes como inventar la rueda. Ya en el fondo *La Tercera* funcionaba con un equipo digital, el equipo diario papel y el equipo de reportaje, entonces no había mucha comunicación entre reportaje, entre el digital, como que cada uno era su equipo, su isla diferente. En el fondo, la idea de él era juntar todo y que toda la prioridad, de lunes a jueves, sea la *web*, el digital.

Nosotros vamos a la reunión de pauta a las 9.30 de la mañana y yo digo cuáles son mis temas de política y de crónica y ahí definimos qué vamos a tirar para *La Tercera PM*. *La Tercera PM* es como la primera entrega, o sea, el breaking news, que es la página *web*, funciona todo el día con los temas que son breaking news. Ya en esa pauta decidimos cuáles son los temas breves, y ahí entonces mi equipo trabaja primero para el PM y

después los temas propios, los que no son temas de breaking news. Ya después hacemos como un refresh, que le llaman, a mí no me gusta ocupar muchas palabras en inglés. Cuando ya termina más o menos el periodo de PM viene una nueva llegada de temas fuertes a la *web*, a las 4.00 de la tarde, temas propios. Después a las 7.00 de la tarde y después hay un equipo diferente, o sea, un editor diferente, que con todo lo que ha salido en la *web* monta el papel. Monta el papel y el papel que hubiera fuera impensado hace unos años atrás cuando la competencia con *El Mercurio* era muy fuerte, se tira muy temprano, se hace público, entonces está como el early access ¿ubicar eso? Claro, el early access ya se sabe ahí las 10.30 ya todo lo que lleva. Eso es como en el día. En el fondo es que todos los equipos trabajen para la *web*.

Entonces, de lunes a jueves la importancia es la *web*, todos trabajan para la *web*, todas las secciones. Están las entregas PM, la de las 4 de la tarde y a las 7 de la tarde una nueva entrega, y después llega el editor, toma todo lo que salió en el día y monta el papel.

Es decir, ya no existe una dedicación exclusiva a la versión impresa del diario, ¿no?

No, ya no, a excepción de los viernes, el sábado y el domingo. Esos días el impreso sí tiene importancia, porque la *web* ya no se alimenta y el fin de semana hay un equipo chico. A fines de julio o a principios de agosto, se va a sacar una *Tercera* dominical, que es como La Nación Domingo. Ya no va a haber reportajes, va a ser como un cuerpo, *La Tercera* entera como con puros reportajes y puras historias donde van a cooperar todas las secciones. El diario del sábado sigue siendo importante, porque igual hay publicidad el sábado y el domingo, pero de lunes a jueves todo lo que se tira a la parrilla es para la *web* y, por ahora, el papel igual está ahí. Yo creo que en un tiempo más puede ser que, de lunes a jueves, sea solamente digital, pero no sé.

¿Quiénes componen su equipo?

En Nacional soy yo, dos subeditores y como ocho periodistas. Paralelo a esto, en Política estoy yo y dos subeditores. Uno de ellos ve todo lo que es Gobierno y centroderecha, mientras que el otro ve todo lo que es oposición. En la mañana, antes de las 9.30, el

subeditor me dice cuáles son los temas del día después de hablar él con los periodistas. En Crónica tengo un subeditor que ve todos los temas judicial-policial, y otro que ve salud, educación y vivienda.

Paralelamente, está el equipo *web* de todo, esto es importante. Economía tiene un equipo aparte de economía y negocios, que se llama Pulso, y que funciona como autónomo. En Deportes, El Deportivo también funciona aparte. O sea, el equipo de breaking no ve ni deportes ni negocios. Y espectáculos también está aparte, con Culto. Es decir, el breaking ve todo lo que es nacional y política.

La Tercera PM también tiene un equipo propio: en un momento se dieron cuenta que la gente entra mucho al diario en las primeras horas de la mañana, y después, como entre las 1.00 y las 4.00 había como un bajón en las visitas. Ahí se decidió hacer *La Tercera PM*, como La Segunda, pero se empezó a hacer con los mismos periodistas y todo, pero para que la cuestión agarrara, como que empezara bien, se decidió, no sé si bien o no, a contratar un propio equipo. Para lo único que trabajara en el PM, independientemente que todos los alimentaran, como para asegurarse entonces ellos tienen un equipo bueno también que tiene temas propios.

¿Cómo lo hacen con los temas? ¿Quienes eligen los temas?

Yo tengo dos subeditores: un subeditor tiene tribunales y policía, entonces él tiene cuatro periodistas. Por ejemplo, un periodista ve Carabineros, Fiscalía y CDE, entonces el subeditor habla con él en la mañana, le dice cuáles son los temas y me los manda a mí por *Whatsapp*. De ahí yo los presento en la pauta de las 9.30. El otro subeditor habla con los otros periodistas que tienen temas asignados, como iglesia, educación, salud y vivienda, entonces él le pregunta a los chiquillos en la noche sobre los temas y yo después los presento. Lo mismo pasa en Política con Gobierno y centroderecha y con la oposición. Yo en la mañana, entre 8.30 y 9.00 tengo ya los temas en *Whatsapp* que voy a presentar en la reunión de pauta.

¿Quiénes asisten a esa reunión?

Sólo los editores. En la reunión de pauta están todos los editores y el director. Lo primero con lo que se parte es con una cosa nueva que José Luis creó, un área de audiencias. En el fondo como que es la cuestión que la está llevando ahora, así como saber qué es lo que está en la *web*, en qué está tu público. Habla la persona y reporta cuál fue la nota más leída de ayer, las notas que durante todo el día se estuvieron constantemente visitando. Después se sigue con deportes y el resto de las secciones. Ahí el director pregunta qué se va a publicar en la primera edición de la *web*, qué va para las 4.00 de la tarde y qué se publicará a las 7.00.

¿Ya no se preocupan, por ejemplo, por los cierres del diario?

Nada. La lógica del impreso pasó a segundo plano desde hace como tres meses. Es un cambio bien grande, porque es un cambio de mentalidad. En el fondo, los periodistas siguen diciendo como ‘ay, pero tenemos un golpe periodístico, cómo lo vamos a poner en el early. Lo va a ver un periodista de *El Mercurio*’, y eso no importa, se sube igual, eso le interesa sólo a los periodistas. Antes estaba la lógica de la competencia, pero ahora no, que lo saquen no más, a quién le importa. La persona que lee en su casa no va a decir ‘oye esto se lo copiaron a este medio’.

Otra cosa que es importante es que en los últimos tiempos en que se trabaja con suscripciones digitales, está como probado que los grandes golpes periodísticos han atraído a muchos suscriptores. O sea, está el ejemplo de La Nación argentina, cuando publicó este cuaderno de la Cristina Kirchner; a partir de esa investigación periodística está comprobado que La Nación tenía, te estoy leyendo, como mil suscriptores. No sé, después de la investigación tenían cincuenta mil, ponte tú. Entonces, en *La Tercera*, José Luis creó ahora un equipo de investigación con una persona a cargo y como ocho periodistas que están investigando temas a corto, mediano y largo plazo. Entonces ellos también alimentan al papel.

¿Qué requisitos hay para que una nota sea publicada? ¿Debe contar con un mínimo de fuentes?

No, los requisitos son que esté bien hecha la nota, no existe esa lógica que tú me preguntas de que la nota tenga tres fuentes.

Respecto a las redes sociales, ¿cómo influyen en la pauta noticiosa?

Sirven para generar pauta y como fuente, pero todo depende, como que no hay una regla. Por ejemplo, hoy día en la pauta un periodista comentó que Andrónico Luksic tuiteó que debería volver el sistema de votación obligatorio. Entonces yo lo encontré interesante, y podría ser como un tema propio. En ese sentido sirven las redes sociales.

Con la reestructuración que está atravesando *La Tercera*, ¿cómo influye la rapidez para informar en las lógicas de trabajo?

Se tira todo de una vez, ahora todo va. Lo que está prohibido es guardarse cosas. Que un periodista te diga ‘oye, tengo un tema, un golpe, y lo voy a tirar pero no al tiro todo’, lo que está prohibido ahora es guardarse cosas. Así como ‘oye, tengo un tema, un golpe que lo voy a tirar’, pero no, tiene que ser todo al tiro. Efectivamente lo que se pierde es como lugar común, lo que todo el mundo dice, en el fondo que antes cuando estaba el papel súper fuerte, las notas podían salir mucho mejor. Ahora como que puedes cometer un error. Ahora sí, lo bueno que tienes es si cometes un error se puede corregir de inmediatamente en la *web*, inmediatamente.

¿Cómo se cubren casos como el de la muerte de Camilo Catrillanca, en donde las versiones de las autoridades cambiaron constantemente?

Si sale Piñera hablando, tú pones que ‘Piñera dijo que’, es como sentido común. Si Chadwick dice algo, tú no te vas a poner a ‘si’. No po’. Lo que dice él se lo adjudicas tú a él.

¿Y eso afecta en alguna medida a la credibilidad del medio?

Es que no, absolutamente en nada. No fue *La Tercera* la que mintió, fue Chadwick. Que la gente no sepa eso para mí no es tema, porque si fuera por eso, en el fondo no podrías publicar nunca nada.

Entrevista Editor 4

Editor nacional de *El Mercurio*

¿Qué funciones implica el cargo de editor?

Son bien variadas, no están bien definidas. Básicamente consisten en la coordinación de todas las secciones del diario y armar la portada. Es como la edición general, esa es como la figura.

¿Cuánta gente trabaja en *El Mercurio*?

A ver, en los editores, está el de política, el de justicia, el de ciudad, el de regiones, el de temas especiales. Ahí van cinco editores. Está el subeditor de política. En política deben ser como seis personas más, ahí ya van doce. En justicia son como cinco, ahí hay diecisiete. Hay seis en ciudad, más coordinadores son siete. Ahí van veinticuatro. En regiones hay dos coordinadores y corresponsables hay en ocho regiones. En especiales hay uno más, y si cuenta la noche, son tres más. En total ahí van como treinta y ocho personas, y solamente en nacional. Contando el resto del diario, con economía, espectáculos, servicios, internacional, vida social, ciencia y tecnología, opinión, cultura, artes y letras, y reportaje, la planta periodística deben ser como doscientas personas, una cosa así.

¿Cómo se organiza el trabajo en la redacción de *El Mercurio*?

A ver, en política se maneja más que nada como *Whatsapp*, ellos hacen una pauta vía *Whatsapp* y le mandan a su coordinador los temas que están viendo. Empiezan la pauta a las 10.30 y de ahí son bastante libres. Informan las cosas que tienen como a las 3.30 a su editor y él pega todas las cosas en un informe y después le da forma a los temas. En justicia hay un editor, y trabaja más con una pauta telefónica como a las 9.30 a 10.00 de la mañana, él mismo reportea y a veces él no está en la mañana, porque anda reporteando noticias chicas. Lleva y presenta los temas, él o alguien a cargo, en la reunión de pauta de las 10.30.

Y después da *feedback* a su gente, informe tipo 3.30 también. Baja a las 4, pero baja con el plan más armado, y después se reparten las paginas acá. Y en regiones, ahí cada corresponsal reporta a los coordinadores de regiones lo que están haciendo ese día, eso se junta, se dice si tiene valor o no tanto, se hace una selección, se lleva a la pauta y de nuevo se ven los temas a las 10.30 y después más menos es parecido al resto.

¿Quiénes entran a la reunión de pauta?

Sólo los editores, y cada sección le presenta sus temas al director, quien dice si están bien, si están mal, si le falta algo, o si quizás deberíamos enfocarnos por acá... o subámonos a este tema. O sea, como que él te evalúa la pauta.

¿Qué requisitos tiene que cumplir una nota para ser publicada en *El Mercurio*?

Lo importante es que sea, en el mundo ideal, ojalá es que sea una cuestión súper noticiosa, novedosa, sorprendente. Que ojalá sea exclusiva, y si no es exclusiva, que ojalá tenga una vuelta más interesante. Ahora hay notas que no sean exclusivas, pero que sean importante. Igual acá a todo hay que darle como una lectura nueva, para que no sea que la gente vio el día antes en todos lados, se trata de ir un poco más allá. O sea, ayer todos saben que, no sé, por decirte algo, se anunciaron las bases de licitación del Transantiago. Como que en el periodismo previo a internet probablemente te bastaba decir eso, porque nadie se había enterado, pero eso probablemente ya está en *Emol* a las cinco de la tarde. Entonces tienes que hacer algo más, llamar a un experto y que evalúe esto, para después decir, no sé, 'expertos ven que esto está atrasando mucho las mejoras en el sistema'. Como que el tipo va por allá. Lo mismo como con todos los temas con el tradicional registro, tratar de no quedarse con el puro dato o el puro hecho noticioso, sino que ver qué implicancia tiene la noticia e ir sobre eso. Eso a veces puede ser una cosa más interpretativa, pero no lo es, sino es tratar de ver gente que interprete esto o buscarles proyecciones a las notas. Dado que todo el mundo ya se enteró del dato duro, a partir de ese dato conseguir otro.

Respecto al área digital, ¿cómo se trabaja con *Emol*?

Son medios completamente diferentes, con directores distintos. Compartimos el espacio, entre comillas, pero no hay mayor diálogo.

¿No hay ningún tipo de trabajo en conjunto con *Emol*?

No, casi nada, nada nada.

En ese aspecto, ¿*El Mercurio* tiene presencia digital?

Está esta plataforma que se está lanzando como de este año, a la cual se le están metiendo cosas. Ponte tú, se vienen agregando los podcasts que hace semanalmente la revista *Sábado*, tiene como tres productos digitales que son *El Mercurio* Inversiones, *El Mercurio* Campo y *El Mercurio* Legal, que son todas de suscripción e independientes. Esto comenzó en febrero, la idea de agregarle valor a esta plataforma. Pero la lógica siempre ha sido que esto no va a competir, entre comillas, con *Emol*: son productos distintos. *Emol* está para el *breaking news*, para la noticia que no requiera tanto contexto, sino que ‘pasó esto’, como lo que hace la radio, como un extra. Que sea noticioso, de hecho como que su modelo de negocios va más por allá, por el tema de los *clicks*. En cambio, la propuesta de *El Mercurio* es que el contenido es más profundo, de más calidad, de más elaboración, porque su modelo de negocio no es el *click*, es la suscripción. Entonces son dos apuestas distintas, es como la gracia de tener dos marcas fuertes, en que una puedes diferenciarle el tipo de historia. Así como *Las Últimas Noticias* es un diario distinto de *La Segunda*, que es la misma empresa. Como que en *Las Últimas Noticias* puedes enfocarte en cierto tipo de intereses y *La Segunda* cumple otro tipo de función; *El Mercurio* cumple otra, y así como son perfiles bien diferenciados a nivel de empresa. A nivel de *El Mercurio*, lo que gusta de nosotros es la cosa más profunda, que no haya errores, que este todo súper chequeado, que estemos súper seguros de lo que estamos publicando y que ojalá sea un contenido como con demasiado valor agregado. El modelo del *Emol* es distinto.

Esta semana agregamos una especie de *newsletter*, que se envía solamente si estás suscrito. Esto está corriendo desde el lunes y esto se le envía a la gente que lo quiere recibir: te llega un pedacito de la nota, tú le pones seguir leyendo y te manda a la página de *El Mercurio*. Eso sí, está disponible atrás del muro de pago, porque para poder tener el *newsletter* tienes que pagar, tienes que estar suscrito al diario, es lo mismo, a esto accedes con la suscripción. Puedes estar suscrito al papel y al digital, o sólo al papel, o sólo al digital. Pero los suscriptores de papel pagan un poquito más para estar suscritos al digital, por eso la idea es como darle más valor a la propuesta digital, y por eso es que se está trabajando. Todavía no hay un plan concreto, sino que se ha abierto un diálogo en la empresa entre el área administrativa y comercial y el área periodística. Ellos desarrollaron esta plataforma indoor. Y se demoraron hartos, se demoraron varios años en armarla para que no suceda ese pirateo de Google y esas cosas. Como que es difícil que te salga una noticia en Google, la idea es que la persona que lo recibe sepa que tiene un producto de más valor y que no lo va a encontrar en otra parte, esa es como la lógica. Y en ese punto nos han pedido ir viendo qué cosas se pueden hacer y ese diálogo comenzó en mayo, y de ahí una de las primeras cosas que han surgido han sido esto de ir generando productos que no necesariamente compitan con el diario, o que compitan con *Emol* y que sean complementarios a la suscripción. Y para eso es este *newsletter*, probablemente se lance un segundo comodín más choro enfocado en cultura súper pronto, y estamos como tirando ideas, cuáles funcionan, cuáles requieren un desarrollo mayor. Como que en eso se está, es como una noticia en desarrollo.

En un periódico como *El Mercurio*, en donde el periodismo continúa siendo muy tradicional, ¿cómo influyen las nuevas tecnologías en hacer el diario?

Básicamente funciona como que te golpearon: o sea, si tú tienes la noticia y tú piensas que era tuya de repente sale en un medio digital y ya no me basta con lo que tengo, tengo que subirme la vara. En el fondo, lo que ha hecho en el caso nuestro es que te sube la exigencia al reporteo, tú no puedes llegar a la reunión de pauta de portada con algo que ya todos saben, tienes que llegar con algo que ojalá nadie sepa y que tú lo vas a revelar mañana, y

si ya todos lo saben, con un valor agregado. Cuando tú tienes un golpe, que es como lo tradicional, como que te basta tener el dato, no tienes que añadirle más porque esa información en sí misma ya es valiosa. Pero eso habitualmente es muy difícil, el golpe puro y duro, porque generalmente te contaron algo y eso ya se lo contaron a alguien más, y ese alguien lo tiró por *web* y salió antes, y chao. Entonces ahí lo que hay que hacer es más reporte, buscarle más aristas al tema, buscarle proyecciones, entregarle al lector algo más elaborado el día siguiente.

Creo que esa es la mayor influencia, así como que en su momento, cuando surgió la radio le quitó eso a los diarios, como que los obligó a sentarse en contenido más reflexivo, potenció cosas como las cartas en su momento, una cosa que no lo podía dar la radio. O sea, la gente se enteraba que había temblado en el norte por el diario, después ya no, ahora tienes que entregar que pasó, el balance de cómo se reaccionó, pero el temblor ya todos lo sabían. Después salió la tele y eso te obliga a generar temas más atractivos, porque se genera una cultura más visual y los diarios pasan de ser puras letras a tener fotos como el USA TODAY. Y después, cuando aparece internet, como que desafía a todos los demás, desafía a los diarios en sí, porque tu contenido tiene que ser mucho mejor que el que está en internet. Ser un medio de internet implica que no tienen tantos ingresos, entonces no puedes hacer demasiado: cuentas con una cantidad limitada de periodistas. O sea, si tienes tres periodistas y quieres hacer una investigación profunda sobre algo, no publicas nada en todo el día, perdiste los clicks y los clicks son los que te generan los ingresos. Entonces no puedes apostar, o es muy caro apostar en un contenido muy profundo en internet porque los ingresos no te los pagan, y pasa que terminan cerrando los medios. El 90% de los medios digitales no son más que replicadores de noticias de otros medios.

La radio se vio amenazada ahí por la cosa del breaking news, por internet, por la cosa que se hacía mucho más rápido. Y ahí se tuvo que convertir en un programa más de conversación, de compañía, hoy en día los mejores segmentos de la radio son los musicales. La tele lo mismo, la tele tuvo que convertirse en multiplataforma porque el internet le competía en inmediatez, en imagen, en todo. Y la tele ha sido obviamente la

más afectada por esto. La prensa ha tenido que ir subiendo su estándar y eso hace que los medios se vuelvan más caros, han tenido que sufrir embates principalmente en el área publicitaria, lo que las ha obligado a tener que ir achicando sus plantas y de ahí viene el mayor desafío, cómo con una planta menor puedes subir el estándar de calidad, ese es el desafío, y es súper difícil. Las nuevas tecnologías han reemplazado en el fondo a los diarios, y han tendido a comerse el mercado de las revistas, porque ahora es muy difícil que una revista te aguante un contenido de una semana. Lo que tenías que hacer en una semana lo tienes que hacer para el día siguiente, lo que te hizo la competencia fue acelerar el proceso, y a los que dejó más offside probablemente han sido las revistas, las revistas de actualidad tradicional, no las revistas temáticas como la revista, ya que son de muchas cosas más específicas, o la revista Sábado, que pueden existir gracias a un soporte como el diario, de ir haciéndose cargo de la coyuntura más inmediata, de la contingencia que surge.

Los medios de internet cuesta mucho levantarlos, cuesta mucho armar equipo, cuesta mucho tener un sueldo más o menos razonable para los periodistas, la radio se ha ido a nichos muy específicos. La tele se ve súper amenazada, hoy en día realizar las cosas son más caras, las revistas casi han desaparecido, por lo menos en el mercado chileno, que es muy pequeño, y los diarios como que han ido cubriendo ese rol y se ven amenazados, porque surgió un actuar muy atractivo como para la industria publicitaria, básicamente porque logra algo ningún otro medio logra, que es como decirte si tu aviso se leyó, si fue efectivo o no, que esa es toda la gracia de internet para contenidos publicitarios. Bueno, eso es por el lado de los ingresos, pero lo difícil es con ingresos un poco más restringidos, tienes que lograr hacer un periodismo de mayor nivel que el que tenías antes, y eso en una empresa como esta, tiene alguna una ventaja por el hecho de tener un medio de internet muy fuerte; puede seguir más o menos siendo sostenible en el ámbito económico, gracias a que tiene las dos patas. Una pata en el mundo de internet y una pata en el mundo papel. Pero hay que entender, y que a veces cuesta, que tienen lógicas muy distintas, y por eso la definición de objetivos de *Emol* y de *El Mercurio* respecto de como medios y de lo que le ofrecen al lector. Obviamente, *El Mercurio* nunca va a aspirar a tener los clicks de *Emol*,

y no es su negocio ese, sería como ridículo competirle a *Emol* en eso, si *Emol* eso ya lo logra, pero *El Mercurio* lo que tiene que mostrar, si quiere mantener un periodismo en serio, es que no puede depender de la publicidad, que es lo que hizo un poco el New York Times, como que los beneficiados son los suscriptores, que sean los que en el fondo te generan los ingresos para mantener en el tiempo una apuesta periodística. Lo que hizo el New York Times fue dar vuelta la torta: pasó de tener de 80 de publicidad y 20 de suscriptores, a 20 de publicidad y 80 de suscriptores. Y esa es como la apuesta que se está haciendo bajo el producto, bajo el diario *El Mercurio*, y eso se logró más o menos en el papel. Es el medio que tiene más suscriptores ahora en Chile y la idea ahora también es crecer en el área digital. Y entiendo que ahora, en suscriptores digitales, tiene como siete mil u ocho mil suscriptores, son casi mil al mes, a pesar de que no es barata la suscripción, y eso te convierte al tiro en el medio con más suscriptores solo digitales en Chile, esa es la apuesta.

¿Qué pasa si sale una noticia justo en el momento en que está a punto de cerrar la edición del día siguiente?

Hay que quedarse hasta más tarde, eso no cambia nada, eso es igual peludo. Nos pasó el 1 de julio para el discurso del Presidente Piñera, que fue a las 9 de la noche, eso es, entre comillas, un breaking news. Pero lo que se puede hacer ahí, que no se puede hacer siempre, es pre producir cosas, en el sentido de darle valor y no sólo decir 'el Presidente Piñera, dos puntos'. No sólo ser un mero transmisor de cosas. Por ejemplo, en ese caso se contactó a, por decirte algo, dieciséis personalidades para que vieran el discurso, y nosotros apenas terminaba los llamábamos, recogíamos sus impresiones y eso generaba una página más entretenida, como más de distintas personas viendo sus opiniones desde distintos ámbitos al mensaje del Presidente. Eso fue entretenido, lo tradicional son las claves, pero ahí no hay una lectura. Esto es planificación, cuando tú sabes que va a pasar.

¿Pero cómo responden a un hecho noticioso inesperado?

Cuando te sorprende del todo, si ocurre una noticia en la noche, nosotros cerramos como a las 9.30 o 10.00; si ocurre una noticia como a las 8.30 más o menos, en la que la tele no se va a hacer cargo de todo, porque tiene un trabajo entremedio que no lo permite, y mucha gente ya no se mete tanto al computador porque está viendo tele o Netflix, no tengo idea, entonces, para el papel que llega mañana temprano, se trata de no perder actualidad. A veces hay cosas que pueden ser sumamente importantes, que quizás son un golpe de un noticiero, y se tienen que replicar y decirle a la gente anoche usted se perdió, pero pasó esto.

Sobre las redes sociales, ¿influyen de alguna forma en la pauta del diario?

Sí, a veces, si hay cosas que irrumpen y bueno, si uno ve que hay mucha gente que está hablando de ella, uno las toma. Pero no estamos pegados así *vox populi vox dei*. Uno lo toma en su justa medida, así como no todo lo que haga el Presidente es noticia, tampoco lo que suceda en las redes sociales es noticias. A veces hay debates que son interesantes, y uno ve si los puede tomar de alguna manera que tenga algún valor, y si no, no no más. Aparte, uno asume que las redes sociales también son como una red de periodistas, a veces te quedas muy encerrado en Twitter, como en las cosas que le interesan a los periodistas, y no siempre eso es tan representativo para la sociedad. Pero claro, cuando aparecen cosas como el chimuelo, cosas así que son simpáticas, o la polémica del señor de Gasco, cosas así que ahí hay un tema más de fondo, ahí entras, pero no siempre. A veces te avisan de noticias, a veces te avisan de puras tonteras, como que Rihanna había venido a Chile a ver el eclipse.

Pero no se está pendiente de lo que la gente habla por las redes sociales, ¿no?

No, no, no, o sea, la gente, todos tienen redes sociales y si surge algo le dices al editor y dice 'veamos' Si no, no, pero hay un filtro. No, no está pensado sólo en eso. Y a veces

uno va en contra de la opinión mayoritaria de las redes sociales, cosas así, y da lo mismo, o sea no.

Sobre el caso Catrillanca, ¿cómo abordaron el desarrollo de este hecho?

Chuta, ahí yo tuve un problema, porque en el primer día del caso yo no estaba en el diario, cuando fue la muerte. Yo sé que salimos, no estuve en el debate editorial de ese día, pero sé que el día siguiente tratamos de salir, y creo que fue valorado, como con cierta distancia porque habían cosas raras. Nosotros tomamos distancia, a diferencia de La Tercera, que se jugó por la versión oficial. No sé si lo viste, que fue muy notorio, y de hecho como que fue valorado, que fuimos muy cautos con esta noticia, porque la información era muy rara, habían versiones distintas y creímos que ahí estaba como el foco. Lo original era como la cosa de que había habido como un enfrentamiento, ¿te acuerdas? y la cosa es que se tomó harta distancia, de hecho se puso aquí a Huenchumilla. Habían hartas cosas que habían circulado y que habían publicado otros medios que nosotros no quisimos publicar porque lo encontramos raro, lo encontramos rarísimo. Lamentablemente ese día yo estaba en el sur, estaba en otra cuestión como enviado especial, y cuando venía de vuelta como que aterrizo acá y habían cambiado todas las noticias, de hecho estaba la escoba en el aeropuerto. Pero eso, lo que en general uno trata de hacer, y esto quizás es una diferencia con los medios que están más obligados a salir al tiro, es tratar de confirmar mucho. O sea, de desconfiar mucho, sobre todo en estas situaciones tan raras, de desconfiar mucho de las versiones, y cuando no se puede acceder a datos mejores, tomar distancia, como los Carabineros dicen esto, pero no a dar por hecho las versiones.

¿Y con las declaraciones del ministro Chadwick? ¿Por qué uno debería tener dudas, si él tiene todo un aparato de inteligencia a su disposición?

Claro, pero al final es la misma fuente, si el problema es de la fuente original, porque había una pura fuente que alimentaba al ministro, como a los medios, que era Carabineros. Entonces, cuando tú comenzabas a cachar que tú puedes confirmar, yo te digo un dato, y la confirmas con tres fuentes, pero esas fuentes tienen en común la misma fuente, entonces

al final no la estás confirmando. Aquí lo que pasaba era eso, y el tema era súper delicado, entonces nos pareció poco serio en el fondo sustentar esto con fuentes redundantes, y era muy difícil acceder a las otras fuentes, o estaba detenida. Entonces, ante la imposibilidad de tener todas las visiones y hacerse uno la imagen, mejor tomar distancia.

Al final, ¿por qué la gente te compra los diarios? Es porque cree lo que dice, o sea, porque sabe que si salió del diario es más o menos lo que pasó, digamos, dentro de todas las dificultades que uno tiene para acceder a las mejores fuentes, pero ese es el estándar y los directores que tenemos son súper aplicados. Si tú vas a llevar un tema y tú dudas, partiste a reportear de nuevo, porque te falta algo y eso es para todos los temas. En este caso el tema es más visible, porque se notó, cuando se vio que habían muchos cabos sueltos, cosas que no había con quien contrastar y todo, mejor a ver, tomemos distancia. Eso también lo puede hacer un medio que está en lo inmediato. O sea, si el ministro Chadwick dice, por decirte algo, el señor Catrillanca murió en medio de un enfrentamiento y fue abatido por Carabineros mientras él estaba disparando, por decirte algo. Tú puedes poner Chadwick afirma y tomar cierta distancia, o darlo por hecho. Y lo que te va a dañar la credibilidad es lo segundo, pero lo primero es un poco irresponsable a veces, porque quizás uno termina discutiendo cosas que no son, pero también era un hecho que el ministro había dicho. No es que nosotros no hayamos consignado sus declaraciones, lo que hicimos fue, en la versión que hicimos nosotros, fue considerarlo como una fuente más, no como la verdad, dado que tanto él como nosotros, este reporte, estaba recibiendo la misma información de la misma fuente. Cuando eso pasa tú cachai que no tienes dos versiones, tienes una misma versión por dos canales distintos. Pero no es que haya reportado una segunda mirada, porque la segunda mirada no estaba. Porque la segunda mirada era el que estaba muerto y la otra no había como acceder a ello, los otros comuneros o los mismos carabineros que estaban en el operativo. Pero todos eran una fuente interesada y esto obviamente se iba a judicializar y de ahí entran los abogados, entonces se blinda un poco la versión de la realidad. Entonces, dado a eso a que no podíamos acceder nunca a una primera fuente ni mucho menos, tomamos distancia. Esto es lo que se sabe y esto no se sabe y aquí hay dudas, acá hay una cosa rara que nadie ha podido explicar. Y eso es lo

que tratamos de hacer, a veces lo logramos con éxito, otras veces no, porque esta pega se hace contra el tiempo, a veces no logras llegar con toda la gente que quieres, a veces la persona que más sabe sobre el tema esta con licencia. Hay miles de imponderables. Esto puede influir en la calidad de la información cuando, por ejemplo, en la misma Araucanía cuando detuvieron a los comuneros en la operación Huracán, como que a nadie se le ocurrió porque era un domingo, había poca gente, a nadie se le ocurrió decir pero cómo se metieron a Whatsapp. Que uno pudo haberlo pensado, pero también no todos cachaban tanto de tecnología y se puso el operativo al final, detuvieron a tantos, la Fiscalía los acusa de esto. Pero cuando surgen las dudas, acá uno mismo dice que aquí hay algo raro.

A su juicio, esta rapidez con la que viaja la información y con la que se puede acceder a ella, ¿afecta la calidad del periodismo?

Afecta, pero no necesariamente, no es una condición que te hace más difícil tener periodismo de calidad, pero no es una condición imposibilitante. O sea, lo que ahí te requiere es tener mejores periodistas, que tengan automatizadas ciertas cosas, como esto, por ejemplo, de no dar por hecho todo lo que te dice una fuente por muy confiable que sea, chequear siempre. Esos son criterios básicos. Y si no lo puedo chequear, entonces me hago cargo de lo que publico, y me hago cargo en el sentido de que soy responsable de que cómo lo abordo. Eso uno debería tenerlo súper metido en la cabeza, aunque tengas que ir contra el tiempo, porque siempre estamos metidos en reunión, siempre estamos contra el tiempo igual. Pero tratar a la vez de hacerlo; no digo que tener tiempo o tener un poco más de tiempo sea sinónimo de calidad, tampoco eso es cierto, o sea, te ayuda, te da un margen, pero no te lo garantiza. Necesitas de controles internos, lo mismo pasa en internet, ‘oye, quién publicó eso, bájénla al tiro porque no tiene estándar y arreglémosla’. Lo que sí se necesita en internet es más autocontrol, porque a diferencia del diario, hay más filtros entre que tú escribes y publicas. En internet el filtro es como posterior, como que llegas, escribes, mandas y después te dicen ‘oye, cuidado que tiene faltas de ortografía’ ahí, lo arreglas. Lo importante es llegar primero, en esa pelea a veces se cometen excesos por llegar primero, pero ahí como que hay que tener ojo, tienes que

acordarte que estás haciendo periodismo. Si uno simplemente fuera un replicador, en dos años más serás reemplazado por un robot que escucha la tele y escribe, pero si uno no rescata el valor intrínseco de lo que estamos haciendo, que es informar a la gente de la mejor manera, que no se te olvide que el público es ese y no la fuente o los otros periodistas, no va a funcionar. Y al final lo que uno nunca se debe olvidar, lo que se está construyendo día tras día es una marca. *Emol* está construyendo una marca con ciertos atributos, *El Mercurio* también, o sea que no puede sacrificar cosas como la credibilidad, porque el día que no se tenga credibilidad se acabó, se cierra el negocio y para la casa todos. Y eso no puede pasar. En esto se está jugando todos los días como su valor más importante, que es lo que publicas tenga correlato con lo que realmente pasa, y la gente que lo lee entienda mejor lo que pasa y que se desenvuelva mejor en ese mundo, porque no es un mundo inventado sino que eso es la verdad de las cosas. O lo más cercano a la realidad de las cosas, eso es todo. Es la misma fórmula de hace 40 o 50 años, pero un poquito más rápido. Y te exige tener todos estos valores más presentes, es como cuando tienes mucha libertad, como en internet: si tú eres una muy buena persona, eso se nota mejor en internet, porque no vas a caer en la tentación de insultar al primero que opine distinto, de condenar a todo el mundo a la primera, como esas pulsiones duales que surgen por internet, que no surgen usualmente en la vida diaria. El periodismo es lo mismo, si tú eres un muy buen periodista se va a notar mejor si veo el internet, porque vas a autofiltrarte mejor, vas a aplicar mejores criterios como de ética periodística, de estándares periodísticos y no dependes tanto de un editor. Tú puedes ser un mal periodista de diario, pero si eres un buen editor no se nota, pero en internet se nota, se nota al tiro, si eres bueno, si eres malo y eso es súper importante y a uno no se le puede olvidar.

Entrevista Periodista 1

Experiodista de La Tercera PM

¿En qué consistía un día normal en su trabajo?

Me levantaba muy temprano, no sé, llegaba al diario a las 8.00 de la mañana, con los diarios leídos, y me iba escuchando radio, alguna radio informativa. Teníamos que proponer temas del día, para el vespertino. Después, como a las ocho y media, hacíamos una pauta en el diario que terminaba como a las 9.30 de la mañana y nos poníamos a trabajar. En la tarde también hacíamos una pauta, después de almuerzo, para adelantar parte de lo que haríamos al día siguiente. Por lo general, esas reuniones las coordinábamos por teléfono, Whatsapp o de forma presencial cuando se daba que estábamos trabajando en el diario.

¿Qué tipo de requisitos tenían las notas?

En general, que todas las notas tuvieran al menos dos o tres fuentes, y que fuera una pauta de carácter propio, que tuviera un enfoque distinto y que ojalá tuviera un golpe noticioso.

¿A qué hora tenían que publicar las notas?

Las notas tenían que ser publicadas a las 1.30 de la tarde.

Respecto a las fuentes, ¿cómo las contactaba?

En general eran como contactos habituales, entonces les enviamos un mensaje por Whastapp en la mañana, temprano, o los llamaba por teléfono, o los contactaba por la tarde. En eso como que no ha cambiado mucho, como que el tema de la calle tampoco reemplaza, el teléfono no reemplaza el que tengas que ir a hablar con una persona, porque es mucho más cómodo entrevistar cuando estás frente a la persona.

¿Qué tanto influye la necesidad de comunicar rápido las *breaking news* en la producción de una noticia?

Pasa que siempre hay que salir antes, porque se corre el riesgo de que la información va a salir publicada en otro lugar, solo se veían los tiempos y creo que es uno de los riesgos que tiene la inmediatez. Al llegar todo rápido te pueden ganar, entonces tratábamos de publicar solo una vez que tuviéramos todos los antecedentes.

Sobre las redes sociales, ¿influyen de alguna forma en la pauta del medio?

Hay temas que sacamos de redes, ponte tú, el caso de unos artistas en Argentina que se fueron detenidos por estar supuestamente fabricando una bomba que salió en redes, ese fue un tema que venía más de las redes sociales.

Respecto al Caso Catrillanca, ¿cómo lo cubrieron?

Creo que la primera nota que publicamos del Caso Catrillanca fueron las dudas que surgieron en el caso, cuando todavía no se sabía que era montaje, pero sí que las versiones eran muy unívocas y hablaban de un enfrentamiento donde no habían recibido balas del otro lado, y en Carabineros no había ni un herido. Escribimos sobre las dudas respecto de y lo cubrimos con las distintas fuentes de derechos humanos que fueron relevantes, y al menos eso permitió una cobertura en el ámbito digital bastante acertada.

Cuando surgió nueva información sobre el operativo, con el cambio de versión reconocido por el Gobierno, ¿cree que este tipo de situaciones afectan la credibilidad del periodismo?

No sé si afecta al periodismo, más bien afecta la credibilidad de las fuentes oficiales, o sea, las dudas que podrían haber existido en el Caso Catrillanca sobre cuánto vale un parte policial versus la versión que tiene el resto de los testigos, por ejemplo, se acrecienta después del caso. La pérdida de credibilidad es de Carabineros más bien.

¿Cree que se le dio más importancia a fuentes oficiales, como las de Gobierno, por sobre aquellas como las de comunidades mapuche?

No sé cómo fue en el diario de papel, pero nosotros consultábamos distintas fuentes, como Fiscalía y Carabineros, pero también consultamos con comuneros, gente de la comunidad. También habían abogados, como que se trató de tener de todas las partes.

¿Qué rol jugaron las nuevas tecnologías en el Caso Catrillanca para el periodismo?

O sea, en el mismo caso que tú mencionas, el tema de las nuevas tecnologías fue lo que dio acceso a los videoclips del caso.

Entrevista Periodista 2

Experiodista de *El Mercurio*

¿En qué sección trabajaba?

Yo cubría La Moneda, y el resto de mis compañeros trabajaba en la sección de política, que son UDI, RN, yo en La Moneda, otro en el Congreso y oposición. En total éramos como siete periodistas, más dos coordinadores y un editor

¿En qué consistía un día normal en su trabajo?

Primero, obviamente que en la mañana leer los diarios para ver si me golpearon o si logré golpear. También revisar Twitter, ver lo que está pasando y bueno, uno siempre tiene como ya programado cuál es la pauta del otro día, porque generalmente, yo que cubría Moneda, Presidencia te envía la pauta el día anterior. Yo sabía qué pauta me interesaba o no y si había una pauta a las 8.00 de la mañana yo me iba directo de mi casa a La Moneda y despachaba para el diario. Así era más o menos mi día, primero si tenía organizado a qué pauta ir, después me iba a La Moneda, y ver todas las pautas ahí. Después, cuando tienes más o menos la pauta, logras hacer las preguntas que querías hacer, porque uno siempre tiene un tema en la cabeza qué le gustaría hacer ver. En general, Moneda igual es tan como activo que es súper fácil, porque si bien *El Mercurio* trataba de instalar sus propios temas, de repente hay temas contingentes que tienes que llevarlos sí o sí, y en eso son claves las vocerías, o agarrar a los ministros en las pautas o en los mismos pasillos y hacer una pregunta. Se utiliza también mucho el *off*, sobre todo en el diario con los ministros, ahí vas preguntando para guiarte en el foco de tu reporte, o qué tan perdido estás, o bueno, igual a uno le mienten, pero uno tiene que insistir con sus focos y eso es toda la mañana. En el fondo, en la mañana uno trabaja para uno mismo y en su olfato periodístico, que usas de forma muy independiente en *El Mercurio*. Tenemos un chat de coordinación como de todo el diario, y ahí de repente decían ‘oye, la vocera habló’, o no sé, ‘le pegó a la Nueva Mayoría’, como para que la oposición supiera, tuviera la cuña, y ya tipo como 1.00 de la tarde, si es que no me topaba con una pauta, me dedicaba

descasetear. A las tres tienes un límite en el diario para enviar tu informe, le envías al coordinador información sobre el título, si es que tienes algo, por ejemplo, Piñera aborda retiro de pensiones y se abre a que puedan hacer casos excepcionales, puedan, o algo así, y para acompañar tu reporte tienes que tener cuñas. Si hay un tema en desarrollo, el título y entre paréntesis en desarrollo. Una vez que enviabas el informe, los coordinadores hacen otro informe para los editores, y ellos bajan a las cuatro a una reunión de pauta en *El Mercurio* en la cual se discuten todos los temas, desde la portada hasta la sección y, tipo 5.00 de la tarde, recién nos dan la bajada de cuánto espacio nos dan para escribir, cuántas cosas, cuál foco, si tu tema finalmente se transforma más en un breve o va abriendo, y en el fondo uno sigue siempre reportando, uno nunca termina de reportear.

Respecto a las fuentes, ¿cómo las contactaba?

Para mí Whatsapp era mi herramienta de reporte. Cuñas, fuentes, *off*, todo, o sea, es impresionante, porque por ejemplo la persona podías ver que estabas en otro teléfono whatsappeando, pero en verdad lo que estaba tratando de hacer era sacar la cuña, tener información, de insistir, ‘oye, acuérdate’, ‘oye, dime esto’, onda, cara de palo. ‘Soy periodista de *El Mercurio*, me llegó esta información, me podrías ayudar, si quieres en *on*, si quieres en *off*’. A mi personalmente me gusta mucho el Whatsapp, porque te queda todo registrado, si lo haces por teléfono es difícil, porque tienes que ponerlo en altavoz para poder grabarlo con una grabadora. Hay parlamentarios que son secos para tratar de salir en todas partes, te mandan ellos solamente la cuña cortada como mensaje de audio y chao. También es súper importante porque piensa tú que yo al ir cubriendo Moneda ya estaba como en ocho o nueve grupos de Whataspp, del Gobierno, de uno que es como con los periodistas, otro que es con Presidencia, donde te daban todos los datos de SP, o sea, de Sebastián Piñera, otro que era de Cancillería, otro de Justicia, otro de Segpres; al final tu Whatsapp es todo, todo, todo, más incluso que los medios.

En las notas que tienen más de un autor, ¿cómo se trabaja o coordina con el coautor de la nota?

En general, como te digo, en este grupo de Whatsapp íbamos poniendo lo que necesitamos. Ponte tú, un amigo te escribe ‘acá la Nueva Mayoría está acusando a Piñera de tal y tal’, y ahí nosotros nos coordinamos de quién lo lleva y en qué informe. De repente nos mandamos que la Nueva Mayoría acusa de algo al Gobierno, y yo tengo la respuesta del Gobierno y le mando la cuña, y él lo incluye en su informe. El tema de los créditos de repente es como un poco difuso, de repente no es tan claro, porque por ejemplo, una persona de oposición, te voy a poner el caso, puede hacer toda una nota y que yo solamente le mandé la cuña de la vocera, que quizás no es tan buena. Entonces no se hacía mayor atado para que vaya mi nombre. Ahora, si yo aporto en su reporte en *off*, y le doy datos en *off*, obviamente que va. También lo que me pasaba mucho es que como yo era Moneda, yo la mayoría de las veces abría los temas, entonces siempre era yo y alguien de oposición, como reaccionando, o alguien de los partidos oficialistas, como con cuñas. Ahí como que nos dividíamos súper bien, como que mis fuentes eran las del Gobierno y nadie se metía, en teoría, y yo no me metía con los partidos oficialistas. Pero también, como uno reporta todo el rato y uno vive reportando hace mucho tiempo, también tienes fuentes de los partidos, de los parlamentarios que van a asumir como ministros; hay como una delgada línea que al final da lo mismo, la idea es salga la mejor información que te estoy mandando. De repente hay gente que se molesta: ‘oye yo te mandé mis cuñas’, pero también se subentiende que no todos nacimos en *El Mercurio*, y mientras una persona tenga más llegada con una fuente y te pueda aportar, es mucho mejor. Incluso, de repente, en La Moneda eran muy cerrados con la información, muy cerrados, no querían decir nada, y en las reuniones iba gente de la oposición y eran secos para soplar varias cosas, que ministros decían no sé qué. A través de esa información yo podía reportear por dentro, porque es mas fácil, decir ‘oye, me dijeron esto, es verdad o no’, y ahí como que los fuerzas un poco a que te den una bajada concreta de lo que pasó. Si no son directamente las autoridades, subsecretarios me refiero, o los periodistas, una herramienta súper como esencial es la Secretaria de Comunicaciones de La Moneda, ahí es clave: ‘oye, sabes que

tengo este tema, cómo lo ven ustedes, cuéntame en *off*, nunca tienes que poner que tu fuente, en realidad se sabe que es de La Moneda, que es de adentro, pero en el fondo, la Secom está arriba de todo, entonces siempre te puede decir “sabes que sí, está la cagada”, qué ministro se salió con declaraciones propias y no es así, y esa información también es como súper rica para ponerlo, porque uno puede poner ‘desde La Moneda, si bien sostienen que el ministro señaló tal cosa, esto disgustó al segundo piso’, cosas así.

En el caso de una breaking news, ¿cómo se enteran de ellas y cómo las reportean?

En la copucha, que es el espacio en el que están todos los periodistas de La Moneda, hay dos teles, una en cada área, porque es una sala que está dividida en dos alas que se interconectan, pero en el fondo como que igual están separadas. En cada una hay una tele que siempre está prendida en CNN o 24 Horas, que son todos los breaking news, y ahí como que uno catcha qué cosas están pasando no en Palacio, porque cuando están pasando en Palacio tú cachai que hay algo raro. Te enteras antes y también los mismos periodistas que también tienen fuentes. A todo esto, si tienes buena onda con tu competencia, que obviamente con La *Tercera* no hablaba nada, pero sí tenía mis amigos de la Bío Bío, uno intercambia información. En La Moneda uno catcha movimientos: ‘oye catcha que están tableando el patio y pusieron, no sé, el típico atril de SP. Ah va a hablar, qué paso’. Ahí empiezas a averiguar, y cachai como que ahí en La Moneda, aparte del tema de estar monitoreando como las temáticas, tienes que estar pendiente de hasta las entradas de los ministros. Siempre pasa, cuando hay alguna embarrada, así como cuando Varela dijo lo de los campeones, entro a La Moneda y es súper obvio que tiene una reunión extraordinaria, que se lo están penqueando o va a hablar alguien. Ahí por los chats uno informaba de los movimientos al resto de los compañeros del diario.

Con los cambios de gabinete siempre se rumorean muy fuertes durante una semana, el que tiene la mejor fuente es la persona que está ahí, pero jamás te lo van a confirmar. Lo que sí te dicen es que lo más probable es que sea en los próximos días, y los próximos días estás condenado a estar en el patio todo el rato. Por ejemplo, con las típicas contingencias que son super fuertes, como cuando llego recién Piñera a La Moneda, lo primero que hizo

fue aceptar la renuncia de Bruno Villalobos, entonces tú cachabai ahí como que acaba de renunciar Villalobos. Ahí también es medio complejo, porque como en La Moneda pasa de todo, de toda temática, y el periodista de La Moneda, en mi caso, es como el que tiene que darle información a todas las secciones, y de repente no hay mucha buena conexión con las otras secciones, entonces era medio raro. Ponte tú, cuando se hizo el nuevo alto mando que sacaron como a no sé cuantos carabineros, que fue súper cuático. Ahí a mí me contaron temprano, como ‘ojo, hoy día que se viene alto mando tipo a las 12’, entonces es información que a mí me dieron y que la mayoría no sabe porque si lo saben las radios la tirarían al tiro. Entonces igual es bacán, al menos en el caso de *El Mercurio* impreso, que jamás nosotros vamos a adelantar nada. Hay una periodista de *El Mercurio* y otra es la de *Emol*, entonces yo jamás le voy a dar un dato a la periodista de *Emol* porque *Emol* me va a cagar, mi objetivo, el de *El Mercurio*, es que la gente al otro día se entere de las cosas que yo estaba reportando y ahí poder como golpear. Yo vengo de la radio y estaba acostumbrada a publicarlo todo por las redes sociales, entonces igual fue un poco difícil y más aún cuando La Tercera saco La Tercera PM, donde publican todos los periodistas que pueden tener la misma información que tú, pero te cagan porque ellos tienen el espacio para publicarlo.

¿Cómo logra retener la exclusiva para *El Mercurio* hasta el otro día?

Hay que siempre buscar otra pata para no perder actualidad. Uno siempre, siempre, siempre, en su rol de periodista es buscarle más información, nunca quedarse en el titular, todo trastienda. Eso es lo que es más valor yo siento que trata de darle *El Mercurio* a sus notas, algo así como ‘eran las 12 y Piñera llegó a su oficina, y ahí se encontraba el subsecretario Ubilla para poder recibir cuáles eran los próximos nombres de, no sé, el alto mando. Fuentes señalan que la decisión fue difícil’. Como que en el fondo que puedas sentir que estuviste ahí, que no es solo lo que te mostró la tele, las declaraciones, las cuñas que ya todo el mundo tiene, como tratar de no quedarse solo en eso. Esa es una muy buena forma de darle vuelta, porque de repente puedes decir como esa vez del cambio de gabinete que todo el mundo sabía, que *La Tercera* adelantó casi todo el cambio de

gabinete, nosotros podemos poner los nombres que no alcanzaron para poder integrar el gabinete de Piñera, y podemos publicar esa información como un extra que no salió y que la mayoría de los medios nunca la tienen. A mí me pasa que siento que para los periodistas de medios tradicionales, como radio, tele y *web*, sobre todo, se quedan en lo mismo y nosotros, los de prensa escrita, tenemos que darle ocho mil vueltas, tenemos que saber hasta el olor que sintió la persona cuando estaba tomando esa decisión. Es mucho más exigente.

Respecto al Caso Catrillanca, ¿cómo lo cubrieron?

Nosotros estábamos justo en una gira, entonces fue cuático, andaba en Singapur, fue heavy, porque primero la diferencia horaria era heavy, estábamos todos en otra, y en la gira es súper difícil, porque el Presidente pasa en muchas actividades extraoficiales, entonces no es fácil acceder a él, porque hay muchas reuniones puertas adentro a las que no podemos llegar y tirarle el micrófono. También hay códigos, que no sé si estoy tan de acuerdo con ellos, pero de repente uno va con el equipo de comunicaciones, porque si el Presidente está participando de una actividad y tú empiezas a gritarle ‘Presidente, qué opina del caso Catrillanca’, le puedes ensuciar la pauta y al final como que te cuesta más restablecer esa relación con el equipo, que es súper importante. Nadie lo puede negar, entonces tu ahí con todo no te van a ayudar con nada cuando necesites ayuda, y lamentablemente necesitas ayuda del equipo del Presidente. Pero también hay situaciones en que no queda otra, y es como ‘loco, sorry, tengo que preguntar, me están presionando en Chile, lo siento’. En general este equipo de Piñera lo que decía es que el Presidente no va hablar, creo que finalmente habló cuando nosotros estábamos en Nueva Zelanda, y bueno ahí que obviamente estábamos super preocupados porque pasaba mucho tiempo en que La Moneda no hablaba, no decía nada, entonces obviamente que pensábamos que este tema está complicado, porque Chadwick al tiro le prestó ropa a lo que decían los Carabineros. Que Piñera no lo reforzara, y Piñera siempre sale reforzando a algún ministro con sus dichos y no se demora. No me acuerdo cuántas horas fueron, pero hicimos una nota que era como las 72 horas de silencio del Gobierno, algo así, no me acuerdo muy

bien, y era por eso, porque Piñera tenía que chequear todo. Poco a poco fue saliendo el tema de que habían videos, de que no había sido tan claro, de que como que no había sido un enfrentamiento, de ataques mutuos, y al momento de que Piñera no hablaba ahí dijimos 'hay algo que está mal', y fue al final de la gira, un poco antes de devolvemos a Chile, que Piñera aceptó tres preguntas. Ahí lo que pasa es que nos ponemos de acuerdo los periodistas en hacer las preguntas y en general como que me da lo mismo quién hace las preguntas, porque las preguntas siempre son las obvias y los periodistas que salen en vivo son los que tienen como la prioridad, porque salen en vivo, y a mí me da lo mismo, pero me acuerdo que ahí yo quise preguntar, y le dije tengo que preguntar porque necesitábamos saber si efectivamente como que condenaban los hechos o si respaldaban a los Carabineros y qué información tenían de la familia. Era muy peludo, porque tenía que hacer como tres preguntas en una, y con el nervio de estar en vivo, de que todo Chile está escuchando. Me acuerdo que Piñera fue súper claro en su respuesta, que tendría que... no me acuerdo, tendría que buscar cuál fue la cuña, que fue la tercera pregunta, y ahí él contestó que efectivamente estaban buscando como los últimos antecedentes antes de poder dar declaraciones y que por eso se habían demorado, creo que algo así fue, y que daba las condolencias a la familia Catrillanca. Creo que le pregunté algo de las Fuerzas Especiales, como si respaldaba el actuar de las Fuerzas Especiales o si es que iba a tomar la decisión de sacar el Comando Jungla de la zona. Me acuerdo que él fue como súper claro y salimos del empache y al otro día llegamos a Chile, con un cambio de hora del terror, entonces la mayoría de los periodistas de La Moneda no trabajo ese día, pero sí al siguiente, porque el caso Catrillanca estuvo presente todo el mes, así mal, sobre todo cuando se dieron a conocer las imágenes. No me acuerdo qué medio fue el que las publicó, creo que fue TVN, que se consiguieron las Go Pro en la que cacharon que se ve perfectamente que los gallos llegaron y dispararon y se dieron cuenta que mataron a un gallo y el gallo ni siquiera estaba armado, o sea, estaba arriba del tractor.

Mientras cubría la gira, ¿se notaba que habían problemas visibles por el caso Catrillanca?

De todas maneras, me acuerdo que lo reportamos mucho, que incluso creo que Piñera habló de eso en el avión. Lo que se usa mucho en los viajes es que Piñera va a la parte en que estamos los periodistas y nos da como unas bajadas, pero ahí estamos sonados, porque estamos arriba del avión, sin conexión, no sirve de nada, entonces también por eso lo hace. Me acuerdo también que el problema principal de esto fue lo que nos decían y se escudaban en que, no me acuerdo como se llamaba el comandante en jefe, como el general director, que decía que el gallo que estaba a cargo de las Fuerzas Especiales les había mentido, entonces como que a partir de eso se destapó algo super heavy, que era como la poca fuerza o institucionalidad que tenía Soto en la misma institución, que la gente le mentía, no lo respetaba, tenía cero peso. Entonces además de Soto de haberle creído al gallo, se evidenció su debilidad en el cargo que terminó por sacarlo, lo terminaron sacando, él se atrincheró y dijo que no iba a salir y tuvieron que despedirlo igual. Fue como una seguidilla de errores que se notaban que era un conflicto terrible, porque en el fondo habían matado a un comunero mapuche inocente y los Carabineros, las Fuerzas Especiales, que Piñera hacía algunos meses lo presentó como vamos a atacar los actos terroristas y todo, y no había sido un acto terrorista para nada. Yo creo que la crisis se desató, finalmente, cuando salieron las imágenes y cuando empezaron a atacar a Chadwick, porque Chadwick fue el que le prestó ropa a los carabineros desde un principio y nunca, nunca, se retractaron, trataron de adornar eso. Chadwick además es la mano derecha de Piñera dentro del Gobierno, entonces Piñera no podía llegar y sacarlo. Después fue con el tema de la acusación constitucional, entonces menos mal que la acusación constitucional fue un chiste, porque finalmente Chadwick se peinó y la Emilia Nuyado lo hizo pésimo, entonces como que desperdiciaron una oportunidad súper grande, porque es un tema de los más difíciles para el Gobierno, sobre todo en medio del acuerdo para pueblos originarios que lo lideraba Moreno. Y fue incluso más terrible, porque era como Chadwick el malo, que en verdad es una línea que siempre el Gobierno no la vio bien: por un lado estaba el Ministerio del Interior y el ministro están llenando de pacos la zona, y

por otro lado, un ministro de Desarrollo Social que está extendiendo la mano, entonces al final los antepones, los haces competir, y el Gobierno no tenía una línea argumental de cómo solucionar el tema y ahí se confundió todo. Ahí empezó a bajar en las encuestas Piñera y lo que dicen que es lo peor que te puede pasar en un Gobierno, que se muera una persona, y en este caso pasó, y después fue el tema de los medidores, que es lo otro terrible que te pase en un Gobierno, que la gente sienta que le están metiendo la mano en el bolsillo. Creo que esa fue una de las primeras cosas, una de las primeras grandes crisis que tuvo el Gobierno y que no salieron bien para nada. Después incluso el papá de Camilo Catrillanca le mandó una carta, me acuerdo que yo tuve que publicar unas cartas que mandó Piñera, puedes buscar en *El Mercurio*; me las filtraron, en el fondo, porque se hablaba mucho de cuando Piñera quiso volver a la zona. Eso también fue otro capítulo muy entretenido, porque a Piñera le encantaba ir a La Araucanía, y después de esto todo el mundo pensaba que no iba a ir, como la Bachelet que se demoró no sé cuántos años en ir, y Piñera para poder reaccionar a eso fue, pero fue una locura. El gobierno como que mintió con las pautas, difundió, no a nosotros, a los medios de allá, como para distraer a la gente que quisiera funarlo, o hacer protestas. Yo después incluso me enteré que pusieron muchos autos de pacos como simulando una caravana en la que andaba el Presidente para distraer, porque finalmente todo salía bien en su pauta, y le salió todo súper bien, pero uno de los grandes temas es por qué Piñera no fue a ver a la familia Catrillanca, que era como lo obvio, y ahí como que salió que a Piñera efectivamente le había pedido respetar, porque cuando le mandó esas cartas Marcelo Catrillanca le dijo que tenían que vivir el dolor. Como que los llamó a respetar el dolor que estaban viviendo como familia.

¿Y cómo cubre La Moneda viendo los problemas que tenía el Gobierno con el caso Catrillanca?

El equipo de comunicaciones tampoco te decía nada, e igual se notaba que estaba pasando algo. En el fondo, lo único que decían era que estaban confirmando los últimos detalles, pero también de Interior empezábamos a saber esta historia de que no era tan real lo que le habían dicho los Carabineros, lo que había dicho Soto, por eso Piñera, como es la

persona más TOC que conozco, quería tener pruebas. Entonces como que fue evidente que no era tan sencillo el tema, y más encima me acuerdo que en el avión, en uno de los traslados, la Cecilia dijo que había llamado Chadwick a Piñera como a las tres de la mañana, más encima Chadwick llamó no sé cuántas veces en la noche, entonces era obvio que era un incendio del terror y, más encima, lo más terrible de todo esto, por lo que uno cacha, es que la gira valió callampa. O sea, lo que se dio comunicacionalmente que era lo que nos transmitían después, obviamente en *off*, es que mientras aquí estaba la embarrada, Piñera estaba en Nueva Zelanda, no sé, firmando un tratado de libre comercio que no le importaba a nadie. Ahí tú cachai cuando se te pierde la agenda, cuando ya las preguntas de las pautas no son ‘qué beneficio va a traer este acuerdo con Nueva Zelanda’, sino que era más bien ‘Presidente, ¿qué va a decir respecto de la muerte de Catrillanca?’. Cuando un tema local se come tu gira, que para el Presidente es súper importante, porque es como líder internacional, por todo lo que ha hecho, te das cuenta que ni el equipo de comunicaciones está conforme, no saben cómo aplacarlo, están todos conectados con Chile, no hay información verídica o fácil al momento, porque también hay expedientes, o toda esta cuestión como balística que se demora ene, entonces no era tan sencillo. Chadwick tuvo que salir con lo que tuvo no más, porque el Gobierno no podía seguir con el silencio que tenía y tú te das cuenta, porque es muy notorio, porque cuando hay otro tipo de crisis, responden al tiro, y como que en el fondo se siente, tú sientes, tú cachai cuando hay una persona estresada, cuando está mirándose las manos todo el rato, cuando se pasea de un lado al otro, las caras cuando hablas, porque todos sabíamos todo el rato, es como un escenario. Me acuerdo de que una vez entramos sin querer a un café y estaba Piñera con una cara de tres metros hablando con su equipo. Te juro que para mí el tema era como qué chucha hacemos, toda esa tensión una la vive, tú estás ahí 24/7, te despiertas y te acuestas con Piñera y con el equipo, y eso también transmite y comunica mucho.

Cuando surgió nueva información sobre el operativo, con el cambio de versión reconocido por el Gobierno, ¿cree que este tipo de situaciones afectan la credibilidad del periodismo?

Uno como periodista no es el mero como replicador, no sé cómo se dice, de lo que dicen ellos. Nosotros siempre ponemos en sus palabras que ‘Gobierno lamenta no sé qué’ en el titular, pero nosotros en el cuerpo ponemos ‘según confirma la propia fuente’, o ‘el Gobierno reiteró’. Nosotros igual podemos jugar un poco como con ‘sin embargo, fuentes aseguran que la información no sería tan precisa’, como que uno siempre también, por lo menos en el diario, a diferencia de los otros medios, uno siempre como que se aleja un poco de las cosas, como que en el fondo uno tiene una posición de ‘no te compro tanto’ o, si te compro, igual tengo que comprobar y ver qué me dicen los demás siempre. Quizás hay alguien que sale disgustado por alguna decisión, siempre hay alguien que le pega a la mesa. Al menos, en el diario, siento que es mucho, mucho menos oficialista. Para eso nosotros publicaríamos, no sé si te has metido, creo que es Prensa Presidencia, puros comunicados que no dicen nada. Nosotros no hacemos relaciones públicas, entonces también podemos jugar con elementos como los que te digo, Piñera se haya demorado tantos días en salir a hablar, que le encanta salir hablando en cualquier parte, y que incluso te puede organizar un punto de prensa debajo del avión, o sea, en verdad le importa nada. Cuando sale que tiene que hablar, él habla, entonces ahí vas conociendo la forma en que se maneja la autoridad. El Gobierno de Piñera es un Gobierno súper reaccionario y que siempre sale, entonces cuando se demora tú también tienes elementos para decir como no sé, se demoró tanto tiempo porque efectivamente el Gobierno no cuenta con una postura oficial, y eso también te da como luces de que esta cuestión es media rara al lector.

Sobre las redes sociales, ¿influyen de alguna forma en la pauta del medio?

Te sirve porque tú cachai que la pauta con la que se mueve el Gobierno es la pauta de la gente. Como te decía, el Gobierno es súper reaccionario, no sé, un ejemplo. Cuando Hamilton fue al Vaticano para pedir la imprescriptibilidad de los delitos de abuso sexual, Piñera al otro día salió con la cuestión. Tú identificas que es un Gobierno que

ideológicamente no sé si es tan fuerte como su peso, que es más bien reaccionario. Por ejemplo, la ola del 8M y al otro día, o la otra semana, anunciando como un paquete de medidas feministas. Tú sabes que el Gobierno y la Secretaria de Comunicaciones está pendiente del pulso de la gente, en dos cosas, en que hubo un corte de luz, imagínate que en La Moneda todo pasa, o sea, hay una vocería porque hubo un robo de Ubilla, hay una vocería porque se aprobó un proyecto de ley. Por la Segpres, como que tienes ahí toda la oferta ahí mismo, entonces tú sabes que teniendo el pulso de las cosas que están pasando es lo que puede estar pensando el Gobierno, sobre todo la vocería, la vocería tiene que saber de todo, entonces las redes sociales ayudan mucho a eso, mucho, mucho. Sobre todo también porque a veces hay una información que ha salido de algún medio, por ejemplo, Interferencia: el típico reportaje del terror hacia Piñera, y tú sabes que el Gobierno debe estar pensando arriba por el reportaje. Además, también que lo que es súper cuático, es que yo tenía en alerta las notificaciones de todos, de Piñera, de la Cecilia Pérez, de la Cecilia Morel, de Ubilla, de Blumel, porque hay muchas cosas que ellos comunican a través de las redes sociales y es mucho más fácil para ellos: no tienes contrapreguntas, no tienes que armar un punto de prensa, no es tan forzado, y Piñera es seco para el tweet, entonces tienes que ponerlo. Cuando hay temas muy cuáticos, como la aprobación de una ley o algo así, Piñera no te va a hacer un punto de prensa, porque no lo hace habitualmente, las pautas de Gobierno tratan de marcar la pauta en las mañanas, y después al otro día, entonces cuando pasa algo en desarrollo Piñera se pronuncia por ahí y lo tienes que usar. Yo creo que en *El Mercurio* habré utilizado al menos dos veces al mes algún tweet de Piñera, o no sé, si una vez creo que se pronunció sobre la Bachelet, de todo. Porque es mucho menos incómodo, entonces uno tiene que estar atento a lo que hace, Piñera es como súper, súper conectado, sube fotos a su Instagram con la Cecilia Morel cuando cumplieron 40 años de matrimonio, también te sirve, que es como para la política de perfil. También a Piñera le gusta hacer los Facebook Live, me acuerdo que cuando llegó recién a La Moneda era seco para el Facebook Live, hizo su primer recorrido por La Moneda y al segundo o tercer día que llegó saludando a todos los empleados públicos de La Moneda, y todo por Facebook Live. Llegó hasta la copucha, donde estábamos todos los periodistas.

Eso te sirve mucho para una nota más entretenida, porque si bien puede que no caches nada de lo que está haciendo en sus primeros días, te dice mucho de que Piñera sorprende en primer día del Gobierno, recorriendo La Moneda y saludando a los funcionarios públicos. Son herramientas que él, al menos, usa mucho. Ahora no sé si tanto Facebook Live, pero ponte tú, por ejemplo, la vocería es por Facebook Live.

Entrevista Periodista 3

Periodista de tribunales y policial de *La Tercera*

¿Cuál es la sección en la que trabaja y cuántas personas la componen?

Soy periodista del área de tribunales y policial. Tengo un subeditor, que está arriba mío, y tengo dos periodistas más con los que nos dividimos los frentes.

¿Cómo es un día normal en su rutina?

Laboralmente, bueno, despierto, reviso los diarios, reviso los medios y después es coordinación y pauta vía mensajes instantáneos. Tenemos una breve pauta a las 9.00 de la mañana con el subeditor y con mis colegas, donde revisamos el día y cada uno hace sus ofertas preliminares, principalmente, porque acá entre 9 y 9.30 se reúnen los editores con los directores del diario y con la editora general, y ahí es donde ellos resuelven más o menos el día. Pero claro, nosotros hacemos oferta, y después en la mañana, reporte. En mi caso yo cubro tribunales, Corte Suprema, Corte de Apelaciones, uno va a esos lugares a hacer un recorrido o reuniones con fuentes varias en la mañana, y a partir de la 1.00 o 2.00 de la tarde uno llega al diario y hay un continuo reporte telefónico y ahí se dedica a escribir. La salida aproximadamente es a las ocho de la tarde.

En las notas que tienen más de un autor, ¿cómo se trabaja o coordina con el coautor de la nota?

Ahí son diferentes los casos, hay temas en los cuales uno aporta información y el colega ahí es el que la sistematiza y escribe. O uno escribe partes de una nota, y dice ya, yo te voy a mandar este escrito, tales párrafos con tal información, y él la agrega a la nota principal. Digamos que hay alguien, un periodista titular, que es el que escribe el diario, y otro que le aporta información y que le puede enviar un párrafo listo que se copia y se pega en la nota.

¿Qué tipo de requisitos deben cumplir las notas para ser publicadas?

Depende de las notas, pero como que todo tiene que ir chequeado con tres fuentes, y cuando son notas de análisis la idea es que vayan tres declaraciones, tres cuñas. Eso es como por línea editorial, pero así como requisito, requisito, no. Pueden haber excepciones, evidentemente depende de las fuentes que uno tenga, si tengo, no sé, al Presidente de la Corte Suprema en *off*, a veces no requiere tanto chequeo, depende de la fuente.

Respecto a las fuentes, ¿cómo las contacta?

Eso es trabajo de día a día, es trabajo de fuentes, por eso uno se divide, para tener llegada con las fuentes. Aquí nosotros nos dividimos fuentes, por ejemplo, yo veo Policía de Investigaciones, Ministerio de Justicia y todo lo que son sus servicios, Tribunales, Corte Suprema; otro colega ve Fiscalía Sur, otro Centro Norte, otro Carabineros. Principalmente nosotros estamos constantemente trabajando con esas fuentes y va generando llegada, y eso es lo que te va permitiendo ser conocido por esas personas y que esas personas sepan que escribes sobre un área. No es como llegar y preguntarle a una fuente, sobre todo si son fuentes de altos niveles. El Whatsapp se utiliza bastante, la llamada de Whatsapp, el trabajo en terreno y las llamadas telefónicas, son como los tres medios.

En el caso de una *breaking news*, ¿cómo reportean si están cerca de la hora de cierre?

A esa hora, si es de mi sector, por ejemplo, tú me preguntaste por el caso Catrillanca, y eso fue en la tarde noche. Uno tiene que quedarse, trabajar, y trabajar hasta que pasen los hechos. Ahora, eso cuando son temas de importancia, cuando no son tan relevantes y son de tu frente, lo ve el turno nocturno, que es el que asume la posta hasta el cierre del diario, que es a las 10.00 de la noche. El último cambio puede ser a la media noche.

¿Y cómo se enteran de las *breaking news*?

Hay distintas maneras, ahí depende, puede ser un corresponsal, puede ser una fuente que te comunica por Whatsapp, puede ser televisión. Eso es variable.

¿Con cuánto tiempo cuenta para hacer una nota?

También es variable, pueden ser varios días, dependiendo de la complejidad, y la exclusividad ante todo. Puede ser de la mañana a la tarde, o puede ser que se le dé una vuelta a las 4.00 de la tarde a un tema y tengas que reescribirlo, o que surja a las 4.00 de la tarde y tengas dos horas, media hora, eso es variable. Lo normal sería que fuera tener todo el día para trabajar la nota, lo normal, en la mayoría de los casos, pero es bastante volátil, así que puede ir variando.

Sobre las redes sociales, ¿influyen de alguna forma en la pauta del medio?

No, no, en este caso no, aquí no influye mucho que el tema sea más comentado en redes sociales, hay veces en las cuales uno mismo puede proponer una pauta a partir del seguimiento de las redes sociales, pero en general la decisión no se toma en torno a estas.

¿Qué tanto influye la necesidad de comunicar rápido las breaking news en la producción de una noticia?

Depende, porque aquí lo que se nos pide es que sean notas propias en general, sobre todo a los que somos impresos, más que la inmediatez. Si uno le quiere dar una vuelta adicional, se requiere que tenga un valor agregado propio del diario, que solo nosotros contemos con eso, o que sea un tema analizado en profundidad, te hablo en términos de diario, seguramente en *web* lo que se requiere es un poco más la inmediatez.

Respecto al Caso Catrillanca, ¿cómo lo cubrieron?

Eso fue en la tarde noche que se me asignó el caso, yo escribo la primera nota, reportando, llamo a los corresponsales que tenemos en la Fiscalía y salgo para Temuco a las 11.00 de la noche, ese mismo día. Salgo del diario, paso a buscar algo a mi casa y me voy a Temuco y ahí estoy diez días aproximadamente en terreno. El mismo día que muere Catrillanca nos percatamos sobre la magnitud del tema y claro, yo me voy en la noche a Temuco, la misma noche. Cierro la nota a las 9.00 de la noche, y en dos horas ya estaba arriba del bus

para irme para allá. Estuve allá diez días y fui más como a ingresar a la comunidad, ver las pericias, conocer las versiones, obviamente, ver el trabajo investigativo que se estaba realizando por parte de la Fiscalía. Todo lo que es reacción política se vio desde acá en Santiago, reacciones, y también apoyo a lo que yo estaba haciendo en terreno, y después, bueno, la cobertura propia de las diligencias que hacía la Fiscalía y otros hechos como entrevistar a los familiares, asistir al funeral.

¿Cree que se le dio más importancia a fuentes oficiales, como las de Gobierno, por sobre aquellas como las de comunidades mapuche?

No, no, acá nosotros no. A ver, evidentemente las declaraciones que hace el Presidente de la República o el ministro del Interior tienen relevancia, pero por ejemplo nosotros, sobre todo nuestros equipos, se enfocó mucho más en lo que eran las labores de la diligencia, o las contradicciones propias que se fueron dando con el paso de los días. Por ejemplo, nosotros tiramos lo de las cámaras de video, nosotros publicamos que eso estaba registrado y después se declara que se habían destruido las tarjetas de memoria. Evidentemente ahí como que la noticia tuvo un giro, se enfatiza en este aspecto, en como lo que habría ocurrido realmente y lo que había hecho Carabineros.

¿Qué rol jugaron las nuevas tecnologías en el Caso Catrillanca para el periodismo?

Tuvieron un rol bastante importante, porque te permiten mantenerte en contacto con las fuentes, sin importar las distancias, en este caso mucho más. Estamos hablando de algo que ocurrió en Temuco, y claro, después cuando yo vuelvo, es un tema de facilidad de la comunicación. Principalmente eso, la inmediatez que te da Whatsapp, una llamada por teléfono, pero el otro trabajo igual se hace en terreno, sí o sí, yo trabajé en terreno en este caso puntual.

¿Cómo ha sido el proceso de cambio desde el impreso al digital en *La Tercera*?

Depende, a ver, yo en la mañana presento notas y me dicen esta nota puede ir para *La Tercera PM*, esta nota la puedes tirar a las 4.00 de la tarde, o esta nota la vamos a guardar para las 7.00 de la tarde, o la podemos guardar para papel. Igual se guardan notas para

papel, tú tomas una nota PM y puede salir en el papel, pero sí, claro, esta como la tendencia, como que todavía no se materializa en un cien por ciento, pero sí está la tendencia de que todo va primero a la *web*.

Entrevista Periodista 4

Coordinadora de LaTercera.com

¿Cuál es la sección en la que trabaja y cuántas personas la componen?

Soy coordinadora de LaTercera.com y cubro principalmente crónica. En la planta donde estoy yo somos como once personas dedicadas solo a la *web*, dedicados a breaking news esa es nuestra área.

¿Ustedes suben las notas de la versión impresa a LaTercera.com?

Eso lo hace un turno especial en la noche, que son los que se dedican a subir los contenidos del impreso a la *web*.

¿Cómo es un día normal en su rutina?

Lo primero es llegar a ver la pauta, lo que hay durante el día, lo que está programado, los temas que están marcando más, revisar lo que nos interesa a nosotros, que los otros portales, y ya después dedicarnos a, bueno, hacemos reunión de pauta, la jefa reparte los temas, y el resto solamente es cubrir el breaking. Mientras estamos reportando nuestros temas, o sea, no es solo breaking, también tenemos una segunda vuelta de los temas que están marcando. Por ejemplo, ayer que quedó la grande en el Nacional, mientras yo cubría el breaking hablaron todos, habló la ministra, la rectora, el alcalde, y cubrir el hecho en sí, y otra compañera estaba preparando para ya más tardecito una nota con los mayores hitos de la crisis del Nacional. Ese tipo de cosas hacemos, entonces es el breaking y aparte hacer como una muestra torta de los temas que están marcando la agenda.

¿Usted trabaja en una sección diferente a *La Tercera PM*?

La Tercera PM es otra sección, son otros colegas, es otra cosa, completamente aparte. Ellos trabajan toda la mañana para publicar a la 1.30 e la tarde, que es la hora de publicación de *La Tercera PM*. Pero a veces a nosotros nos ha tocado colaborar con temas para ellos, ellos son una sección, pero hay personas, no sé, del papel, de espectáculos, de

cultura, que también colaboran con esa sección. A nosotros también nos piden temas a veces.

¿Cómo se enteran de las breaking news?

De todo un poco. Aparte de estar frente a nuestra pantalla de computador, nosotros tenemos una pantalla de tele al lado, entonces estamos todo el día con las noticias, con CNN y con 24 Horas ahí al lado. Aparte, escuchamos radio, tenemos también nuestras fuentes, a los periodistas de papel que tienen sus fuentes y andan en terreno nos avisan, y aparte redes sociales, Twitter avisa cualquier cosa. Entonces, por ejemplo, yo ayer por Twitter me di cuenta que se estaba quemando un hogar del Sename en Viña y otro compañero se enteró por CNN que se fue con un directo, entonces esa es otra manera de enterarnos.

¿Y cómo reportean las notas?

De la misma oficina llamamos, nosotros no salimos mucho, como somos tan poquitos, nuestro margen para salir a reportear es súper bajo, entonces nosotros llamamos por teléfono, por Whatsapp, o la misma tele. Escuchamos, no sé, las cuñas de Carabineros que sale ahí, alguna fuente que sale a dar una entrevista y se le da el crédito al canal, si es exclusivo, pero en general en una primera toma salimos con eso, lo que sale en la tele, lo que sale en la radio y después se empieza a llamar, cada uno de nosotros tiene como su sector de confort , digamos, cada uno tiene sus fuentes también.

Sobre los hechos en desarrollo, ¿cómo los presentan?

Hay temas que se van actualizando durante todo el día, por ejemplo, con el breaking del Nacional se escriben dos párrafos y salió la nota, y después, no sé, cuando hablaba la rectora, lo fuimos actualizando ahí mismo, pero hay distintas aristas que dan para notas aparte. Por ejemplo, ayer cuando habló la Cubillos de esto, y como es todo un personaje, es nota aparte, pero cuando habla, no sé, Carabineros o el fiscal, eso da para actualizar la misma nota del breaking. Hay cosas, no sé, cuando después hablo la Cecilia Pérez del

incendio o Chadwick, eso es aparte, porque por si el Gobierno es noticia aparte, entonces hay notas que se van actualizando todo el día.

¿Qué requisitos tienen que cumplir las notas para ser publicadas en la *web*?

Si estoy viendo que se está quemando el Nacional, lo estoy viendo ahí mismo, entonces ahí no necesitas fuentes que te confirmen que se está quemando el Nacional, si lo están mostrando, o no sé, si un incendio que tú escuchaste en la radio y bomberos dice que efectivamente estamos aquí afuera, en esta casa que se está quemando, con esa fuente llegas y lo subes, se sube la noticia, sobre todo en las políticas, en que efectivamente necesitas una primera fuente, un protagonista que lo diga. Sobre todo con la acusación constitucional de la Cubillos, que el Partido Radical, ponte tú, se sumó después al último y una colega dice sí, yo tengo ese dato, una fuente me dice que sí, que el Partido Radical apoyó la acusación constitucional contra la Cubillos, en ese tipo de noticias necesitas tres fuentes, tres personas que te digan lo mismo, y ahí sí. Pero hay temas como estos breaking de incendios o accidentes en que no necesitas que tres fuentes te lo confirmen, es imposible, hay cosas que uno está viendo que están pasando, cuando son temas más delicados, sobre todo cuando son en *off*, ahí sí, necesitas tres fuentes que te lo confirmen, ahí no te puedes arriesgar a publicar la noticia.

¿Qué tanto influye la necesidad de comunicar rápido las *breaking news* en la producción de la noticia?

Lo de rapidez se va trabajando con el tiempo, hay algunos que son más rápidos que otros, entonces muchas veces estás viendo que está pasando algo y lo primero que haces es abrir el sistema y escribir la nota al tiro, es como que ya está en la naturaleza ser así, y escribes el título, una bajada, noticia en desarrollo y listo, y se sale como con la primera vuelta. Ahora, si la noticia va evolucionando nosotros en la *web* tenemos la suerte de cambiar el título, de refinarlo un poco más. El *breaking* es rápido, o sea, está pasando, escríbelo, mándalo y ya, y muchas veces, como ahora ya no solamente es el sitio, sino que trabajamos con redes sociales, entonces muchas veces tiramos la directa en Twitter y después escribimos la nota. Decimos ‘compañeros de redes, está pasando, esto tírenlo ya mientras

yo escribo la nota', entonces muchas veces la gente de *La Tercera*, los lectores de *La Tercera*, van a ver que hay una alerta en Twitter de *La Tercera*, pero se va a meter al sitio y no la va a ver, porque no, primero tiramos la alerta mientras escribimos la nota.

¿Ustedes se encargan de manejar las redes sociales?

Ese es otro equipo aparte, ellos se dedican solo a eso, a Twitter, a Facebook, el equipo que te digo de LaTercera.com, que somos once, somos los que estamos sentados uno al lado del otro y subiendo el breaking, porque hay otros equipos. Por ejemplo, está pulso y la parte económica son otros chiquillos, que están en otro piso, que nos coordinamos eso sí porque muchas veces hay temas que están en el límite de política y economía y tenemos que dividir, pero ese es otro equipo aparte, lo mismo que cultura, que es Culto, es otro equipo, nosotros somos los que estamos ahí sentados viendo el breaking.

En las notas que tienen más de un autor, ¿cómo se trabaja o coordina con el coautor de la nota?

Muchas veces pasa que yo estoy reportando algo y resulta que alguien salió en la tele, a hablar respecto a ese mismo tema, entonces mi compañera del lado toma las cuñas y me las manda, y una de las dos escribe y ahí le pones los créditos. A veces hay una persona en terreno, sobre todo las que están en papel, que despachan, te mandan audios y un poco de contexto, yo descaseteo, armo la nota y le doy los créditos. O alguien que simplemente me está mandando datos por Whastapp no más de lo que ve en el lugar y uno lo arma y le da los créditos a las personas. Hay otras veces que son temas de compañeros de breaking que uno los está reportando y después uno dice ya, yo voy a escribir como la maqueta, te la dejo guardada y después la otra compañera se mete y le escribe su parte, esa es un poco la parte en que se organiza. La semana pasada con una compañera estábamos reportando sobre la educación sexual en los colegios, la etapa de a qué edad los niños deberían tener educación sexual, entonces lo que hicimos es que ella se leyó los proyectos de ley del Gobierno, los que habían y los otros que se han presentado respecto al tema, y yo me puse a llamar a todos los diputados de la comisión de educación, entonces yo me preocupé de

la info y de la respuesta de todos los diputados, y ella escribió el resto de la nota, que eran de los proyectos de ley. Entonces la nota quedo ahí con los dos créditos.

¿Cómo se coordinan con los periodistas de las otras secciones?

Hay una reunión de pauta as las 9.30 de la mañana, donde entran todos los editores y se ven los temas del día, entonces, no sé, va mi jefa, la subeditora, y también ella va con los temas nuestros y en la reunión de pauta dice que vamos a ver el tema de los medicamentos, la pauta en la que está Mañalich. Ahí el editor de Nacional dice sí, el periodista esta allá y puede despachar a la *web*. Después mi jefa me dice, oye, tal periodista va a estar ahí para que equis vea el tema con ella, entonces yo le digo a mi compañera que le va a tocar ver la pauta de Mañalich, habla con la tantito que está en la pauta y que te despache.

¿Y por qué medio realizan el despacho?

Por Whatsapp todo el rato, nos llegó a simplificar la vida, totalmente.

¿Cómo se ha implementado el cambio de *La Tercera* de privilegiar lo digital por sobre lo impreso?

Estamos recién partiendo, este modelo se ha intentado de implementar varias veces, yo llevo doce años trabajando en *La Tercera* y déjame decirte que este intento se ha tratado hacer unas cuatro veces antes. Ahora, esta es la vez en que debo reconocer que más ha funcionado. Se pretende primero que los periodistas despachen para la *web* y no tener a un periodista en la *web* y un periodista en papel haciendo lo mismo. Entonces qué pasa: suponte tú, con los medicamentos bioequivalentes, está la persona del papel y ella despacha a la *web*, mi compañera sube la nota y le da el crédito a los dos. Resulta que mañana también va a ser lo mismo, entonces pasa que muchas veces se alarga la nota de la *web* y la pegan en el impreso y listo, porque es lo mismo, para qué voy a estar haciendo lo mismo dos veces. Por ejemplo, antes, todo lo de golpe era llevado al papel, ahora la *web* ha tirado varios golpes, entonces se evalúa, se evalúa si el golpe está en peligro: si la fuente puede hablar con otro medio, se tira por la *web* no más, antes se guardaba y se guardaba y se guardaba hasta el otro día, ahora ya no. *La Tercera PM* ha dado golpes y si

los chiquillos de *La Tercera PM* o alguien del papel tiene un dato se evalúa qué tal puede ser y se tira no más. Si se puede guardar para el otro día, para ser portada ponte tú, se hace, y si el golpe corre peligro, se tira a la *web* no más. No hay ningún problema.

Sobre las redes sociales, ¿influyen de alguna forma en la pauta del medio?

Influyen mucho, porque hay muchas noticias que nacen en redes, porque suponte tú que ahora todos los políticos tienen cuenta en Twitter y de repente twitteen una opinión y esa opinión ya es noticia, o muchas veces organismos dan a conocer información por ahí, el Poder Judicial twittea resoluciones por ahí, y hay mil casos comunicados por ahí, entonces hay que estar todo el día atento. Se busca también lo que es *trending topic*, si tú estás viendo un tema quizás a la gente le está importando algo y hay que buscar la segunda vuelta a eso, ver lo que la gente está consumiendo en las redes. Afecta ene, estás todo el día viendo el Twitter de Piñera por si hace noticia. Por ejemplo, para el día de la acusación constitucional, la Cubillos publicó una foto de ella con su hermano, el Felipe Cubillos, el que murió en el accidente, y la foto de Felipe Cubillos con el papá. Eso de por sí es una noticia y subimos esa nota. Estamos todo el día pegados a Twitter, todo el día.

¿Por qué otros periodistas no consideran tanto las redes sociales en sus propias pautas?

Porque ellos no trabajan tanto con el breaking, redes sociales es más inmediato y es más de breaking, entonces nosotros vemos el origen de esas noticias. Yo te mentiría si te dijera que Twitter no nos importa, nos importa todo el rato, todo el tiempo. Por ejemplo, ayer, ¿la Maite Orsini por dónde publicó sus disculpas? Por Twitter, entonces ‘ah, la Maite Orsini ofreció disculpas’, y subimos la nota y pusimos el Twitter adentro por eso. O sea, ellos no, ellos ya tienen la cuña más reposada, van a buscar más reacciones de eso, cuando se escribe la nota para el papel ya se olvidó que la Maite Orsini publicó sus disculpas por Twitter. A nosotros no, esa es la nota.

¿Qué otros elementos utilizan en la web?

La Tercera TV tiene una plataforma aparte y a veces ellos suben un video, y video es la noticia y listo. Nosotros también podemos hacer multimedia, podemos subir, el mismo ejemplo que te daba de la educación sexual de los niños, aparte nosotros de hacer una nota, nosotros ofrecíamos una propuesta gráfica diferente, tú entras a la nota y puedes ver una infografía con las caritas de los miembros, de los partidos que respondían, con sus cuñas. Nosotros también intentamos de hacer eso. Con las protestas en Barcelona, más que escribir la nota, nosotros también podemos hacer galerías de fotos, solo fotos, en que la gente se meta a la nota y vea fotos, entonces no es solo notas, tenemos también esa ventaja: videos, de una buena foto, de insertar Twitter o Instagram, eso también es noticia.

Respecto al Caso Catrillanca, ¿cómo lo cubrieron?

Nosotros en la página trabajamos más con el breaking y no tanto con la interpretación, que es a lo que se dedica más el papel o *La Tercera PM*. Nosotros en ese tiempo, me acuerdo que la titular del tema era la Catalina Batarce, yo escribía más notas cuando ella no estaba, o cuando era más breaking, porque la Cata reporteo a fondo eso, se hizo fuentes de abogados, qué se yo. Yo sacaba el breaking para ayudarla a ella cuando hablaba el ministro, cuando hablaba el papá de Catrillanca, cuando hablaba el fiscal, entonces lo de nosotros era más de reacción, más de publicar ‘esto es lo que dijo’, ‘esto es lo que ha pasado’, ‘esta es la formalización’, ‘esta es la audiencia’. Ahora, en general, cómo se cubre eso, y como cualquier caso judicial, es tratando de conseguirse la carpeta de investigación, y eso es lo que hicimos. Aquí todos los periodistas que estaban vinculados con Catrillanca tenían la carpeta de investigación filtrada. Lo que se hace es estar un día entero el pobre periodista leyendo la carpeta y viendo qué temas podíamos sacar de ahí, sin tampoco perjudicar la investigación. Hicimos muchas notas como ‘este fue el minuto a minuto de lo que fue el baneo a Catrillanca’, entonces después de leer toda la carpeta se hacía el minuto a minuto de la reconstrucción de escena del fiscal, o también hicimos las contradicciones de los pacos, con fecha: ‘mira, este paco dijo esto este día, se contradijo

este otro día'. Ahí tenemos que reportear con la Fiscalía y con los abogados, como con cualquier caso en verdad.

Cuando surgió nueva información sobre el operativo, con el cambio de versión reconocido por el Gobierno, ¿cree que este tipo de situaciones afectan la credibilidad del periodismo?

Nosotros tenemos que partir de la base de desconfiar de cualquier fuente, de cualquier versión. Ahora, hay que tener en cuenta que *La Tercera* es un diario de derecha, entonces, lamentablemente, no tenemos tanta libertad tampoco para poner un titular como 'las contradicciones de Chadwick'. Te aseguro que llaman de La Moneda y en dos minutos hay que cambiar ese titular, nosotros no somos completamente libres para titular respecto a en lo que Gobierno se refiere, no es que nos censuren, pero sí hay que tener cuidado. Nosotros en la *web* nunca vamos a titular con 'las contradicciones o las volteretas de Chadwick', en general son títulos más informativos, 'Chadwick asegura que nunca dijo eso', o 'Chadwick niega no sé qué', o 'Chadwick cambia o complementa versión', pero hay que ser muy cuidadoso con los verbos que utilizas o con los adjetivos que se utilizan. Evidentemente, como medios es como 'chuta, nos están utilizando para informar lo que ellos quieren decir', evidentemente, pero se trata como cualquier otro caso y tratando de ser lo más transparente dentro de las herramientas que tenemos no más, nada más.

¿Cree que se le dio más importancia a fuentes oficiales, como las de Gobierno, por sobre aquellas como las de comunidades mapuche?

Totalmente, porque tienes que pensar que el aparataje que puso el Gobierno para salir a salvar a Ubilla con Chadwick fue intenso, y lamentablemente los mapuche, una familia más pobre, para que estamos con cosas, pasa eso, definitivamente. La familia está en mucha mayor desventaja, no pueden llamar a conferencia de prensa, entonces evidentemente que sí, y en este caso y en muchos otros. En este caso en particular teníamos llegada directa con el papá de Camilo, lo llamábamos por teléfono y le hacíamos la entrevista, y él siempre accedía a la entrevista, siempre, era con el único con el que teníamos llegada.

¿Cómo las nuevas tecnologías influyen en su rutina?

Las ha facilitado desde un punto de vista de la rapidez, del acceso, pero sí está más complejo en el sentido de que tú tienes que verificar que los contenidos publicados sean ciertos, porque muchas veces puede haber salido un video, no sé, del predio en Temucucui donde entraron, y qué pasa si no es, o si fue en otra oportunidad. Son cosas que quedaron, uno está ahí con la tentación de publicarlo, pero tienes que verificar que la información sea cierta, muchas veces uno no sabe. Nos pasa con los videos de las primeras evasiones que hacían los cabros del Instituto Nacional en el Metro la semana pasada, en una cuenta de Instagram, pero teníamos que verificar que efectivamente fuera de ese día y que fueron en diferentes días. ¿Cómo yo lo verifico? Ahí tuvimos que estar llamando a Carabineros y a la Fiscalía por si habían denuncias, registros de desórdenes de esos días como para tener verificado. Lo mismo pasa en este caso, y en todos los casos, tienes más acceso, puedes contactar gente, pero sí hay mucha fake news dando vueltas y ese es el problema.

Entrevista Periodista 5

Experiodista de LaTercera.com

¿En qué sección trabajaba y cómo era su rutina en un día normal?

Yo llegué a *La Tercera* después de hacer la práctica y en la universidad nos enseñan a trabajar con tecnologías como Twitter e internet, te presentan situaciones en que tienes que despachar notas cada cierto rato, todo muy rápido. Yo llegué, hice la práctica y me quedé en nacional, y obviamente, cuando entras a una sección de internet, como *LaTercera.com* o en *Emol*, o en otros medios, te toca meterte también en otras secciones porque hay turnos. Yo llegaba a las 7.00 de la mañana y de repente a esa hora no habían tantas notas nacionales y entonces también buscaba notas en internacional para ver lo que faltaba en la página, para actualizar todo. Mis pautas eran de nacional, pero si había que parchar otras cosas había que hacerlo, y eso era básicamente lo que yo hacía. Escribía cerca de doce notas al día, en promedio, eso podía variar, y tenía que cubrir el *breaking news*, lo que estaba pasando en el último minuto en nacional: ahora podría ser lo de la rotura de matriz, lo que pasa con la evasión del Metro, muchos temas que no están contemplados en la pauta, sino como cosas que van pasando, los incendios, todo eso como contingencia, eso tocaba armarlo rápido.

¿Con cuánto tiempo contaba para hacer una nota?

Depende, porque podría salir sólo con un titular y en el cuerpo se ponía nota en desarrollo, y eso se podía llenar en dos minutos. Por ejemplo, si hay un accidente importante, básicamente si hay lesionados, fallecidos, si hay menores de edad involucrados, se sale con un título rápido y ahí se va rellorando. La nota lista de algo que sea rápido, la tenía como no sé, en quince o diez minutos, no te podías demorar mucho porque podías actualizarla después. Lo que tenía que ver con contenidos más pesados, como de pautas que ya estaban contempladas en la agenda, por ejemplo, si hablaba un ministro o había una fiscalización en farmacia, que son como los temas que están más contingentes, con eso podías prearmar una parte, porque había una pauta, sabías más o menos qué iba a

pasar, y después podías agregar las cuñas de lo que fuera saliendo y podías tenerlo rápido, pero también estabas supeditado a lo que pasara en otros medios, no te podías demorar mucho más que la competencia. Entonces el desafío era salir lo más rápido posible. En esos casos igual podías reportear, también tenía mi tiempo para reportear temas más largos, porque yo también hice el tiempo que estuve ahí notas más largas y eso de repente me podía tomar un día, pero podía hacer una entrevista, al día siguiente volvía y llamaba de a poco.

¿Cómo reportaban las *breaking news*?

Mayoritariamente era en la oficina, en casos muy puntuales si iba a hablar alguien y no podía ir un periodista del papel tú podías ir, pero generalmente uno estaba en la oficina en los turnos que te comentaba. En LaTercera.com teníamos dos pantallas, una en tu computador y otra en la tele, entonces estábamos todo el día viendo tele, quizás eso era más rápido con algunos hechos, sobre todo con accidentes y con los puntos de prensa, sale todo mucho más rápido en la tele. Entonces, en vez de esperar a que te mande el audio el periodista del ministro, uno tomaba las declaraciones que emitían como en cadena en los diferentes medios, generalmente en CNN o 24 Horas. También había mucho monitoreo de Twitter, tú sigues las redes sociales de los temas que no están siguiendo, por ejemplo, si hay una fiscalización a las farmacias te fijas en los tweets del ministro, de la seremi, dependiendo del tema mucha revisión de Twitter, de qué información había, también estar atenta a las cuentas. Por ejemplo, con el caso nacional de la Fiscalía, de Carabineros, de la PDI, como que uno tiene notificaciones activadas para que te avise el celular, como cuando twitteo el Presidente, uno tiene la notificación lista para verlo, porque generalmente hay declaraciones que no se hacen públicas a través de los medios, sino que usan redes sociales, entonces hay que estar muy pendiente de eso. En el último tiempo también de Instagram, porque muchas cosas se mostraban por ahí, entonces hay que estar pendiente de todo eso y también en contacto con los periodistas de las autoridades.

¿Qué tanto influye la necesidad de comunicar rápido las *breaking news* en la producción de la noticia?

En internet es súper importante salir rápido, pero no vale como ser el primero y tirar el error, igual si te demoras un minuto más y va a salir mejor, es mejor, de todas maneras, hay que hacerlo así. Obviamente hemos tenido errores por salir más rápido, porque el sacrificio es mucho en quién se posiciona primero en Google y eso en algunas oportunidades afecta, pero siempre hay que chequear, sobre todo en temas si son más delicados y puede involucrar a autoridades, uno trata de chequear de alguna forma por *Whatsapp*, se usa mucho *Whatsapp*, además de llamar, pero si ya está instalado un tema hay que salir, tú vas complementando después.

¿Qué requisitos tenían que cumplir las notas para ser publicadas en la *web*?

Voy a ser súper sincera, como que pasamos por dos etapas en LaTercera.com: por una parte había mucha libertad a la hora de publicar, claramente uno tenía y conocía un poco la línea editorial, no podíamos publicar cualquier cosa, siguiendo la línea del diario era bastante libre, y por eso también esta misma libertad se tradujo distintas veces en que tuviéramos errores en las notas, no en contenido, pero sí de faltas de ortografía. No habían muchas condiciones ni control en eso. Luego hubo un cambio en donde el editor ahora está mucho más presente, porque yo tengo amigas que siguen ahí, entonces sé que las notas se revisan mucho más, hay un chequeo como de notas. Como te digo no tanto en el contenido, porque en esa no había faltas, sino como en las formas. También hay mayor control editorial, pero no en una restricción de la cantidad de publicaciones, sino que en el sentido de que habían cosas que nosotros publicábamos que no eran tan importantes, que no eran noticia. De repente como que en internet se da mucho de que amigos de agencias te piden favores no para un contenido determinado ni para un contenido así como grave, sino como ‘oye, lanzamos esta aplicación, nos pueden ayudar con algo’, nada que comprometa mayores esfuerzos, pero habían quizás contenidos a los que no había que darles tanta tribuna porque habían cosas más relevantes. Al final uno destinaba tiempo a un comunicado que quizás no era tan relevante y no es que uno dejara de hacer ciertas

cosas, pero igual había contenido más importante y eso se empezó a controlar un poco más por lo que me comentan mis amigos, independiente de que yo ya no trabaje ahí.

¿Cómo las nuevas tecnologías influían en su rutina?

Es súper importante, o sea, si se te cae internet, ya no puedes publicar la nota, de partida es la base tener el internet bien, si no, no se puede publicar nada. Es fundamental también Whatsapp, porque todo es como con Whatsapp; llamar, ver Twitter, buscar información, googlear algo rápido. Yo creo que para el periodismo, como los que están de mesa en las diferentes redacciones, son básicas las nuevas tecnologías y las nuevas herramientas, sobre todo porque también te aportan a la hora de elaborar contenido, porque puedes agregar los tweets, agregar los videos, tratar de hacer infografías, como que todo eso se va conjugando para entregar un producto en el fondo mucho mejor y no solamente salir rápido, aunque es super importante, pero entregas estos complementos que agregan valor.

Respecto al Caso Catrillanca, ¿cómo lo cubrieron?

Ese tema fue súper complicado, porque como habían diferentes versiones, al principio era un asalto, un robo con intimidación en el fondo, y que luego habían detenido a los involucrados, pero después de las diferentes versiones como que había que desconfiar de lo que estaban diciendo. Todos los días salían antecedentes nuevos, todos los días habían muchos testimonios que se contradecían, los mismos carabineros, el ministro que también salía hablando con información errónea. Nosotros salimos con la primera declaración, que claramente eso se derribó después, entonces uno igual trataba de explicar en las notas, porque faltó mayor prolijidad y en el fondo nosotros nos guiamos por lo que decían las autoridades. El problema es que esas autoridades no estaban entregando información cien por ciento verídica, entonces hubo que tener mayor cuidado en eso, contrastar las diferentes versiones que habían, a pesar de que bueno, todavía está en curso la investigación, en juicio, y tú tenías que precisar todo esto. De a poco uno fue cachando que en el fondo esto había sido una total vulneración, porque por una parte estaba lo del robo, por otra parte estaba el uso indiscriminado de la fuerza en contra de estos presuntos involucrados en este asalto, que por lo demás todavía no se esclarece, y estaba el video, el

tema de las cámaras. Había que ir contrastando todas las informaciones y de repente uno igual se contactaba con uno de los involucrados. Me tocó hablar con uno de los carabineros que estaba ese día y había que chequear la información, contrastar la información que le habían entregado a la Fiscalía y a los diferentes organismos que estaban investigando, porque en este caso nos conseguimos la carpeta investigativa y cada vez que iba saliendo algo había que revisar la carpeta. Igual cuando aparecieron los videos, y también porque había que tener bastante cuidado con las fuentes, porque todos intentaban como cubrirse un poco las espaldas y habían claramente confesiones como encubiertas: estaba la Fiscalía, por otra parte estaba Carabineros, también los familiares, había que tener mucho cuidado con el manejo de la información porque habían familiares directos involucrados a los que uno también llegaba. A mí me tocó llamar al papá del Camilo Catrillanca muchas veces, entonces había que tener cuidado.

¿Cree que se le dio más importancia a fuentes oficiales, como las de Gobierno, por sobre aquellas como las de comunidades mapuche?

Yo creo que no, o sea, por una parte claramente se mostró mucho la versión de las autoridades porque aquí habían episodios que había que aclarar, entonces por una parte había que esclarecer todo esto que había pasado y si efectivamente habían responsabilidades administrativas de las autoridades, desde el gabinete para abajo. Era un tema y por eso yo también creo que tuvo también mucho espacio, pero por otra parte creo que igual, al menos en LaTercera.com se le dio espacio a la familia. Yo, por ejemplo, llamé al papá de Camilo, tratamos igual de tener una perspectiva súper cuidadosa, porque, o sea, perdió a su hijo. Igual había que mostrar el testimonio y había que mostrar las denuncias que ellos hacían, pero también con cierto cuidado porque había un menor involucrado que era el que acompañaba a Camilo Catrillanca ese día. Nosotros mostramos parte del testimonio de él, también lo publicamos, pero igual era complejo mostrar ese lado, sobre todo porque era un joven que había sido totalmente vulnerado en sus derechos, hasta lo que ahora sabemos, independiente si estuvieron involucrados en el robo.

Cuando surgió nueva información sobre el operativo, con el cambio de versión reconocido por el Gobierno, ¿cree que este tipo de situaciones afectan la credibilidad del periodismo?

Yo creo que muchas veces los periodistas nos vemos obligados a rectificar y yo no sé si eso necesariamente daña la labor periodística, porque creo que es parte de la investigación, porque las publicaciones de internet o de los diarios igual utilizan la situación de momento y tampoco es como escribir un libro, no es una investigación muy profunda. Creo que rectificar es parte de lo que se tuvo que hacer, al menos en el caso Catrillanca, y eso no creo que haya sido culpa de que nosotros lo hicimos mal, sino de que la información que estaba a la mano en ese momento y que era necesaria entregar era esa. Además creo que en estos casos igual es importante ir entregando información e ir actualizándola, porque si no quizás hubiésemos tenido que esperar, probablemente hubiese sido más correcto, pero igual en el camino salieron hartas cosas que yo creo fueron revelando cuál era la verdad, a pesar de que tuvimos que rectificar. Se revelaron errores o fallas que hay en instituciones como Carabineros o como la Fiscalía o las policías, independiente de que nosotros hayamos tenido que rectificar, creo que es importante evidenciar ese tipo de situaciones, que en el fondo se pueden haber producido y que nosotros cometimos errores en nuestras publicaciones, pero igual dieron cuenta de esa serie de irregularidades que hay.

Entrevista Periodista 6

Periodista de *Emol*

¿Cuál es la sección en la que trabaja y cuántas personas la componen?

Soy periodista, no tengo jerarquía por así decirlo, el cargo oficial de acuerdo al contrato es periodista multimedia y trabajo en la sección de nacional, en actualidad. Está la persona que cubre Moneda, la que cubre Congreso, la que cubre a la oposición, en la oficina está la niña que cubre educación, que también es de actualidad, está el otro niño que cubre más o menos los mismos temas míos, en total yo diría que los que somos como equipo de planta somos eso, cinco o seis conmigo. Pero en general todo el año tenemos al menos un par de practicantes rotando.

¿Cómo es un día normal en su rutina?

Como es un medio *online* entro a las 8.00 de la mañana, mis horarios son fijos, a diferencia del papel, que de repente no sale hasta que cierran. Yo entro a las ocho y a esa hora me dedico a revisar temas, si se me ocurre algo. Los jefes tienen reunión de pauta tipo 8.30 de la mañana, a las que van los jefes cada sección, por ejemplo, el jefe de deportes, la periodista de tecnología, que es la única, entonces ella es la jefa de su sección, el jefe de multimedia, el jefe de nacional y economía, el editor general, la directora y la jefa de tendencias, que también es la de espectáculos. Ellos son los que hacen la pauta diaria, conversan los temas entre ellos, se dan ideas, y cuando salen de ahí yo los temas míos los recibo del editor general, que es editor general hace poquito, solía ser coordinador de nacional, entonces yo estoy acostumbrada a ver los temas con él, aunque él ahora está más dedicado a temas más grandes y no como a temas diarios, que los ve el coordinador de nacional. Pero con cualquiera de los dos veo los temas que se necesitan, a veces obviamente yo igual doy ideas y vamos viendo un calendario de qué es lo más urgente y qué podemos ir proponiendo. A veces hay mañanas que son muy movidas y en las que la instrucción es estar atento a proponer a dónde vamos a ir, y cuando es más tranquila la rutina podemos hacer temas un poco más profundos, que al menos, en lo personal, es lo

que más me gusta hacer. Yo no estoy tanto en la lógica del breaking news tan puro y duro todo el día, de repente en la tarde, después de almuerzo, yo me dedico a temas más para el día siguiente

¿Y cuántas notas puede escribir al día, en promedio?

En general, reporteadas por mí, así como llamar por teléfono, descasetear, armarlas, máximo dos al día. Pero entre medio sale un comunicado de algo y hay que armarlo, o alguien twitteo algo muy polémico y alguien responde, hay que armar, y de esas notas chicas puedo hacer cinco si hay necesidad.

En las notas que tienen más de un autor, ¿cómo se trabaja o coordina con el coautor de la nota?

Si estamos haciendo un tema de política, por ejemplo, el primero que se me viene a la mente es el que estoy haciendo ahora, en el que estamos viendo cómo se están preparando los partidos políticos para los ataques a las sedes, con esto de las manifestaciones y la gente que incendió la sede de la UDI. En ese sentido, inicialmente teníamos la idea de hacerlo con partidos políticos y con parlamentarios, entonces el jefe me avisó y me dijo ‘coordínate con la Vero’, que es la periodista que ve congreso, ‘porque ella te puede sacar en persona las cuñas de los parlamentarios’, para que así yo no tenga que estar haciendo las gestiones de prensa. En general, a veces es él el que se lo dice y a mí me llega no más la cuña, o lo mismo con la periodista de La Moneda, cuando uno necesita algo y hay un punto de prensa: uno no va a ir a viajar desde *El Mercurio* hasta La Moneda para sacar una cuña, ahí se usa a la periodista que está allá, como que se trata de maximizar ese recurso, pero muchas veces yo igual voy. Por ejemplo, ahora nos dimos cuenta de que los parlamentarios están enfocados en el Congreso en este minuto, de hecho, la semana distrital se canceló, entonces, conversando con ella, que conoce más la lógica de los partidos porque se dedica a eso, pensamos que era mejor llamar a los secretarios regionales, y como ellos no están en el Congreso eso lo hice yo finalmente por teléfono y lo estamos armando con eso. A veces es solamente mandar cuñas y yo armo y se ponen los dos autores, otras veces digo yo voy a hacer toda la primera parte, tú encárgate de la

segunda, y me manda todo redactado, como con subtítulo, por así decirlo, cuando lo juntamos; a veces, cuando hay más tiempo, se puede coordinar más, como las redacciones de dos personas, con que te gustaría partir, pero ese es un tema con tiempo. Por ejemplo, con una periodista de economía hicimos un tema escrito por las dos porque tuvimos como una semana para hacerlo.

Respecto a las fuentes, ¿cómo las contacta?

A mí me ha tocado de todo. No siempre está la opción de hacer entrevista presencial, pero yo he tenido un par de entrevistas que me he conseguido que eran como importantes. Por ejemplo, la de una mujer que denunciaba que no se había cumplido la ley de aborto en tres causales con ella, es una funcionaria de la PDI, y era en el hospital de Carabineros, entonces era como un caso bien sensible, ella estaba embarazada todavía, era un feto inviable, y ahí por supuesto yo hable con mi jefe y le dije me parece que vale la pena ausentarse y hacer la entrevista en persona, porque es un tema profundo, y estuvo de acuerdo. Pero no siempre uno tiene la holgura de tiempo para decir anda a hacer la entrevista por dos horas, esa es una modalidad muy escasa. También hice una entrevista a una exmonja que denunció abuso, pero ella era de Talca, entonces fue por teléfono. Fue larga igual, duró como una hora, pero fue por teléfono por un tema de que yo no podía viajar a Talca a entrevistarla a ella, a lo mejor si trabajara en una entrevista uno puede, pero aquí, que es un medio *online*, hay que ser como un poco más eficiente con los recursos. Lo otro, por ejemplo, si hoy día me piden una nota para hablar sobre la nueva Constitución para mañana con analistas, los llamo por teléfono y les hago preguntas, pero si hay cambio de gabinete, por ejemplo, y está anunciado y nosotros sabemos, por lo general yo me contacto antes con los analistas que son las fuentes que yo siempre entrevisto, y ellos saben que conociéndose los nombres me mandan un audio por Whatsapp de lo bueno, lo malo y lo feo, o yo les explico cómo va a ser la nota y así uno se ahorra el tiempo de entablar la conversación. Y no sé, te mandan una cuña de tres minutos y lo puedes descasetear más rápido y armar más rápido, depende de qué tan rápido tengamos que salir al aire. Otras veces vamos a pautas, igual menos, yo no voy tanto, pero

más que nada vamos cuando tengo un tema propio y hay que preguntarle a alguien que no contesta mucho el teléfono, que es como ‘ya, sabes que, va a estar la ministra de la Mujer en tal y tal lugar, anda no más a la pauta y pregúntale ahí, porque si no, no vamos a tener respuesta hasta pasado mañana’.

¿Cómo se enteran de las breaking news?

En general nosotros tenemos casi todo el día la tele prendida o canales en tiempo real como, como CNN o 24 Horas, que son bastante al tiro cuando pasa algo importante, cuando está hablando alguien, están esperando que salga del Congreso, en general al tiro lo ponen y como que nos colgamos primero de eso y después nosotros hacemos nuestro reporte. O la gente que está en los lugares de tiempo fijo, por ejemplo, en el caso de Moneda y Congreso nos enteramos porque ellos nos dicen. Hoy día mismo Piñera habló a las dos y algo, y la niña que es de Moneda nos dijo cuando bajó la escalera, que iba a hablar ahora, al tiro. Y también por Twitter, mucho, pero como que nuestra regla más grande y lo que siempre nos han inculcado es que no podemos hipotecar la credibilidad y nunca, nunca, salimos con una noticia si no la tenemos confirmada como de muy buena fuente. Y en esto tengo un ejemplo muy concreto: el fin de semana que partió lo del estallido social yo tuve turno y el sábado se hablaba mucho de que iba a haber toque de queda, y estábamos nosotros esperando. Yo me quedé hasta súper tarde ese día trabajando, la directora fue a trabajar el sábado también, porque la situación lo ameritaba y a ella como que extraoficialmente le dijeron que iba a haber toque de queda. No me acuerdo ahora de las horas, pero era como de 10.00 de la noche a 5.00 de la mañana, y ella igual nos dijo que hasta que no saliera el comunicado de Fuerzas Armadas no íbamos a confirmar. En realidad se lo estaba diciendo una fuente en la que confía mucho, pero no es una fuente oficial, y entre medio que esperábamos que se confirmara salió un comunicado falso que lo mandaron por interno. A mí me lo mandaron y me dio como desconfianza, porque había una cuestión que decía que no me hacía mucho sentido; al minuto siguiente salió el Ejército desmintiendo el comunicado. Después pasaron unos minutos y *La Tercera* tiró el toque de queda con los mismos horarios que le habían dicho a mi jefa, como que se

confirmaba el toque de queda para Santiago, pero todavía no había punto de prensa. Pasaron como diez minutos y ahí salieron a decir que el toque de queda quedó como de 8.00 de la tarde hasta las 7.00 de la mañana, o sea, no era el horario inicial y de ahí nosotros dijimos *La Tercera* nos ganó, pero con un dato que no era preciso, por lo tanto para nosotros era más importante tener el dato oficial que salir primero. Como que en ese sentido a mí me consta que hay mucha rigurosidad. Por ejemplo, vemos choque en tal y tal parte, lo vemos en Twitter o en la tele y al tiro la persona que tiene contacto con Carabineros confirma que haya sido el choque, no informamos de víctimas fatales, a no ser que lo informe una autoridad, cada uno tiene su especialidad, por así decirlo. Ah, me faltó una persona que cubre tribunales; si de repente necesitamos de Fiscalía algo, entre que yo trate de contactarlo es mejor que lo haga ella, que tiene contacto todo el tiempo y puede conseguir respuestas mas rápido, como que nos alertamos por la tele y por Twitter, pero siempre confirmamos los datos antes de publicarlos.

¿Qué tanto influye la necesidad de comunicar rápido las breaking news en la producción de la noticia?

En general nosotros, como cuando es mucho y muy muy rápido, lo que siempre salimos es a decir dos párrafos y noticia en desarrollo. Es como ‘se confirma toque de queda’, título, bajada, una palabra casi, un párrafo, lo mínimo que necesitas para poder publicarlo y ponerlo en la portada, y para que la gente lo lea, y después se sigue editando cuando la gente ya lo está visualizando. Con los sismos también pasa lo mismo, como que igual con los sismos tenemos como una plantilla, ya todos sabemos lo que hay que escribir. Si realmente empieza a temblar, nosotros en menos de un minuto tenemos la nota publicada, porque ya está como entrenado el músculo para ese tipo de cosas, cuando no son como cosas tan sensibles, claro. Ahora todos los ejemplos que se me ocurren son complicados porque estamos como en un momento muy complicado políticamente, pero cuando son cosas como sismos, o no sé, choques, o se murió una persona, si se murió una persona nosotros no lo tiramos como breaking hasta que se confirme oficialmente.

Sobre las redes sociales, ¿influyen de alguna forma en la pauta del medio?

Sí, pero es bien especial la relación que tenemos con las redes sociales, yo te diría que quizás es un poco experimental, porque se tomó la decisión el año pasado, quizás un poquito más, de no usar redes sociales oficialmente como medio. Si tú te fijas en la cuenta *Emol* de *Twitter*, *Emol* no ha twitteado yo creo que desde el año pasado. No usamos la cuenta Facebook, ni tampoco la de Instagram que había, porque en el fondo llegó un punto en que se explicó la decisión, que fue en una reunión, que para que las noticias tengan cierta visibilidad en redes sociales tienen que tener ciertas características, como son ciertos títulos, tienen que ser más clickeros, y las autoridades editoriales del medio acordaron que en el fondo en ese caso estábamos como hipotecando nuestra línea editorial con la visualización en redes sociales, entonces si queríamos que el título tuviera muchas compartidas, teníamos que titular de una forma distinta a lo que nosotros pensábamos que había que titular como medio. Entonces en paralelo se empezó a impulsar como todas estas cosas, que yo personalmente encuentro que deberían hacerse explícitas, porque son cosas que solo conocemos las personas que trabajamos adentro, de potenciar mucho el tema de que los comentaristas participen. De hecho los comentaristas pueden escribir columnas en sus perfiles y *Emol* las publica, entonces como que se cortó a cero la influencia de redes sociales, la participación, y se intenta de que la gente participe dentro de la misma página. De hecho, si tú te haces cuenta de comentarista *Emol* tienes tu propio inicio con las noticias que comparte la gente que tú sigues y como las columnas, es como bien choro, pero nadie tiene idea porque no ha sido como transparentado de manera tan explícita. Obviamente hay algunas cosas que te van indicando la página si tú la vas usando siempre, te va enseñando. Si a nosotros nos interesa mucho el tema de tratar de saber lo que le interesa al lector, por eso tenemos como esta sección como del ahora se debate, que son los que no necesariamente tienen mayor número de comentarios, porque algunas veces hay notas que no las leen y comentan no más porque el tema es muy polémico, pero cuando realmente hay temas que se debaten, si uno se da el tiempo de leer, se va dando cuenta de cuáles son más o menos las posturas. Está la persona que se encarga de eso, que se llama *Emol* social, esta iniciativa, que es la persona que destaca cuáles son las notas

que se van poniendo ahí al lado, que tienen como un lugar destacado en la portada, para incentivar como la participación, como si fueran redes sociales, pero sin que sea necesario abandonar la página, sino mantenerse lo más posible y que idealmente las notas gusten y sean compartidos, pero con iniciativa propia, no porque estamos nosotros tirando. Por ejemplo, si tú te das cuenta, en muchos medios el breaking news lo tiran por *Twitter* y a nosotros, en el caso específico nuestro, nos pasa que si uno se va a ver las cifras, *Emol* tiene como un millón de visitantes al día, más o menos, y la mayor parte, no me acuerdo del número, pero por ejemplo, el 90% entra porque abre la barra del navegador y pone *Emol.com*. Nunca nuestro fuerte fueron las redes sociales, entonces claro, eso igual es importante, cuando hay *breaking news* muy fuertes, muy brígidias y no alcanzas a hacer nota, nosotros hacemos las notas en formato minuto a minuto, pero vamos actualizando en tiempo real. Eso mismo *La Tercera* lo tiene, pero es como que ellos *twitean*, y el tweet se replica dentro de esa página de tiempo real, tú te metes al tiempo real y es como una recopilación de todos los tweets pero de manera interna. Nosotros no lo tiramos en *Twitter*, lo tenemos solo en la página y eso te permite ir cambiando el título y la bajada y que te quede como un registro. De hecho, cuando empezó este tema de la crisis social, todos los días teníamos minuto a minuto, el de la mañana y el de la tarde, y unas dos personas dedicadas todo el día a estar cubriendo, revisando, en redes sociales, si es que las autoridades tiran comunicados por ahí, o el estado del tránsito, reacciones de personas, que también llegan gracias a otros periodistas. Tenemos el grupo de *Whatsapp* y la niña de *La Moneda* dice va cuña de Chadwick, la del Congreso manda una de, no sé, Carlos Montes, la persona de que está en *Fiscalía* dice que habló el juez de no sé dónde y manda todo, y las personas que están en la redacción en la oficina son los que lo canalizan y lo meten al minuto a minuto. Los minuto a minuto siempre están firmados. Nosotros tenemos una política super estricta con las firmas, no publicamos notas firmadas por *Emol*, todas las notas son firmadas por el periodista que las redacta

Respecto al Caso Catrillanca, ¿cómo lo cubrieron?

A mí me pasó que cuando entré a trabajar me tocaban los turnos de fin de semana, y me acuerdo que me pasó un par de veces que uno viendo redes sociales había como un rumor de que los pacos se habían echado a un mapuche, y a mí me dio mucho susto porque estaba sola, de turno de noche, y qué hago frente a esto. Al final como que se desmintió solo y era mi mayor miedo que eso pasara, porque claramente es una situación en que una sola persona no da abasto. Ahora ya no, ahora hay dos personas, pero en ese minuto era una sola, y eso era súper complejo, porque uno está lejos y porque había ya un tema con la credibilidad de Carabineros. O sea, a mí me pasa que yo, por como soy como persona, por la edad que tengo, la generación a la que pertenezco, con todo lo que había pasado con el Caso Huracán, que a mí carabineros me dijera una versión oficial, no porque fuera dicha por Carabineros era la verdad, pero en ese minuto, uno teniendo que informarlo en el minuto, no tienes cómo, no eres Ciper para investigarlos y sacar un tremendo reportaje, tienes que ir informando en el minuto. Yo me acuerdo que en el principio era todo atribuir, o sea, todas las citas. No podíamos poner en el título ‘muere en enfrentamiento’ porque no nos constaba que fuera un enfrentamiento, como Carabineros aseguraba, o que ‘comunidades mapuche aseguran que’, entonces era nunca dar por hecho que había una situación objetiva porque nunca nos constó hasta que empezaron a salir las investigaciones, las filtraciones de los videos. En eso me acuerdo como que nos dividimos los videos, me parece que fue Ciper que subió los videos y los dividimos por minutos ‘tú ves los primeros diez’, cosa que en paralelo habían seis personas viéndolo y en diez minutos habíamos visto una hora de videos. Después a organizarnos y ver como qué fue lo más importante que pasó ahí, pero igual como que todo uno lo va aprendiendo sobre la marcha, porque muchas veces no tienes el margen que te gustaría para corroborarlo. O sea, no podíamos viajar a La Araucanía para ver qué había pasado, más que nada uno presenta inquietudes y no sé, como qué pasó con los autos y las profesoras, que me parece que todavía no se sabe, y uno puede tratar de preguntar, pero también puede que no te contesten. Al final es informar de lo que estemos seguros y que muchas veces repercute en que tengamos menos cosas que otros medios, pero porque son las cosas que a nosotros

nos constan que son verdad. En el caso de Catrillanca fue muy complicado porque no sabíamos qué era verdad, porque estaban muy cuestionadas las voces oficiales para dar un discurso al respecto, y porque ya habían habido muchos episodios así chicos, confusos, que nosotros habíamos dicho como ya, pero hay videos de esto acá, y en un video de otra parte te muestra todo lo contrario. Yo me acuerdo que estando sola en turno para mí era una preocupación que pasara algo, porque no había cómo corroborarlo y tiene que ver también con esta crisis de confianza con las instituciones y todo. De repente hasta da lo mismo, a mí me pasa con lo de la crisis, sale Carabineros diciendo una información que, yo que vivo en el centro, me doy cuenta de que no es así, pero es Carabineros, y es la información oficial, y uno no puede no ponerlo. Si el Presidente de la República dijera que no han habido violaciones a los Derechos Humanos, uno no puede no ponerlo, aunque no sea verdad, pero en ese sentido como que yo creo que en la mayor parte de los medios en Chile, el único amparo de eso es atribuirlo no más a quien lo dijo.

Cuando surgió nueva información sobre el operativo, con el cambio de versión reconocido por el Gobierno, ¿cree que este tipo de situaciones afectan la credibilidad del periodismo?

Me pasa mucho que siento que en estos primeros días de crisis, en los que además tuve turno, trabajé mucho aquí en lo de la crisis de ahora, uno veía cómo la gente se sacaba la mugre en la sala de redacción y después tú te metías a redes sociales y era como ‘ah, el periodismo no informa nada, la tele, los medios, el diario’, qué se yo, y claro, yo me metía a Twitter y veía un millón de videos de pacos haciendo cosas y mi mayor impotencia era que nosotros en la sala de redacción no podíamos corroborar si era verdad o si era mentira. Me acuerdo que vi un video en el que se veía que los pacos disparaban una lacrimógena al cielo y caía en un Tottus y después ese Tottus se incendió, entonces estaba el video que decía que el Tottus había sido saqueado e incendiado y que los pacos tiraron una lacrimógena al techo y se incendió. Yo personalmente, como persona, tengo la convicción de que fue así, pero como medio no lo puedo asegurar porque no tengo las pruebas suficientes para decir si fue así, porque lo vi en un video en Twitter. Capaz que si lo miro

de otro ángulo, la lacrimógena cayó un centímetro más allá y no tenía que ver con eso. Entonces yo en ese minuto me acuerdo que tweetee el video y pedí por favor que los periodistas que van a pautas pregunten, porque nosotros no podemos ir a todas las pautas y lo que a mi personalmente me angustia de este momento es que nadie está contestando preguntas. Todo es un comunicado hablado y se van y uno no tiene con quién contrastar la información. Entremedio yo creo que sí existe un riesgo de que los medios se conviertan en un vocero de voces oficiales que no pueden contrastar con la realidad, porque en el fondo la gente no está recibiendo preguntas, y claro, uno no puede tampoco no informar nada, pero tampoco puedes informar cosas que no te constan, y si llegas a hacer eso yo creo que sí se ve afectado la credibilidad. Te doy un ejemplo, no es porque yo trabaje en *El Mercurio* y que tenga algo personal con *La Tercera*, pero *La Tercera* creo que lamentablemente ha tenido varios tropiezos en esta pasada, como por ejemplo, lo de publicar que Felipe Ward iba a ser el próximo ministro del Interior, y que después sacaran otra noticia de que supuestamente porque ellos lo publicaron, no fue Ward. De acuerdo a nuestras fuentes internas, no es así, nunca estuvo decidido hasta el final, sonó muy fuerte hasta el final en un minuto, pero según nuestra información no estaba cien por ciento cerrado el cambio. Y claro, qué piensa una persona que lee de *La Tercera* -un medio que de verdad yo creo que hacen un trabajo increíble de investigación, sobre todo las personas que cubren tribunales, que hay como muchas cosas que se han sabido en Chile porque *La Tercera* lo hizo-, que va a haber un cambio que va a ser A y termina siendo B. O sea, a mí me daría mucha vergüenza como periodista haber desinformado así, y lo mismo pasó con esa nota que publicaron y que tuvieron que pedir disculpas de que se investigaba de supuestas células de inteligencia internacionales en las quemas de los metros, que al final nunca se supo quién fue la fuente policial que lo dijo, pero lo publicaron, lo pusieron en el papel impreso, porque se los dijo supuestamente una autoridad, pero hasta qué punto uno puede confiar en las autoridades. Y te lo digo de manera súper transparente, porque para mí es un tema que está abierto en este minuto, a mí me pueden venir a decir que la vocera es la que dice que los narcos están haciendo la anarquía y no porque lo diga la vocera de Gobierno yo lo creo, pero si lo dijo la vocera de Gobierno no puedo no ponerlo,

pero no tengo cómo contrastarlo con la realidad. Y en paralelo tú ves en redes sociales que cualquier cosa se puede tergiversar y puede terminar transformándose en una realidad paralela a lo que está pasando en la práctica y bueno, tienes gente que está creyendo en algo que no así y gente que está creyendo en el discurso oficial, que es algo que tampoco nos consta que esté pasando. Siento que hay un caldo de cultivo para la desinformación.

¿Cree que se le dio más importancia a fuentes oficiales, como las de Gobierno, por sobre aquellas como las de comunidades mapuche?

Creo que eso pasa en todo orden de cosas, hay un culto en todos los medios de Chile, los oficiales, los grandes, excepto la prensa independiente que hace una pega mucho más independiente, no le rinden cuentas a nadie en el fondo, hay como un culto excesivo a cuidar esto de las instituciones y de que si lo dice el fiscal nacional es verdad absoluta, o si lo dijo el director de Carabineros, que después resulta que todos esos directores y subdirectores, o sea, todo el alto mando salió, tampoco eran personas intachables que uno dijera pongo mis manos al fuego por lo que están diciendo, pero por el hecho de tener el título de voz oficial, entonces si eso era lo oficial. Creo que también por comodidad, porque es mucho más fácil esperar que los pacos te manden el audio de lo que dijo el director que ir a buscar a la persona de la comunidad mapuche que no tiene el contacto con los medios que tienen las instituciones, los diputados, todos esos grupos de Whatsapp a los que llegan las cuñas sin que uno las pida. Entonces, claro, si necesitas armar una nota rápido, en diez minutos tienes diez cuñas de diputados y autoridades, pero te van a contar solamente una versión y, sobre todo, en particular en el caso de Catrillanca, uno se encuentra con esta realidad que es que el pueblo mapuche no tiene como feeling mediático, para nada, y es súper entendible también. Tienes que construir confianza con la gente, tienes que conocerla, yo no me imagino pidiendo el contacto del jefe o del representante de tal y tal comunidad, y llamarlo por teléfono sin conocerlo y pedirle una cuña, o sea, no está el contexto para eso, es algo que se tiene que hacer idealmente en persona. En ese sentido yo también creo que los medios regionales tienen oportunidades muy grandes, hay temas que nosotros no replicamos directamente de los medios regionales porque ellos

tienen sus fuentes que uno no las encuentra así como en la guía de teléfonos, no es tan fácil conseguir teléfonos de las personas que son de comunidades específicas, como de grupos de la sociedad que no están en contacto frecuente con los medios, entonces es fácil caer en esa trampa de que siempre hablen los mismos que saben hablarle a los medios. Uno se da cuenta que un diputado te da una cuña y termina el *on the record* y te dice todo lo contrario, pero es en *off* y no lo puedes citar, entonces es gente que tiene manejo comunicacional versus personas que no tienen ese conocimiento para muñequear. Esa gente tampoco tiene el contacto directo con el periodista y es mucho más difícil que se escuche, porque además, por comodidad y por esta como seguridad de decir que no es un discurso oficial, mucha gente se queda con la versión de Carabineros y a lo más pone como que en redes sociales hubo personas que se manifestaron en contra. Pocas veces yo creo que se dan el trabajo, y me incluyo, porque no es algo que se pueda hacer, es muy difícil y toma mucho tiempo, y para uno que está encerrado en una sala de redacción todo el día no es tan fácil. De repente es gente que no tiene teléfono, también nos ha pasado, como si uno quiere entrevistar Gaston Soublette tienes que ir a su casa, él no tiene celular, no tiene Whatsapp, es mucho más difícil contactar a algunas personas. En ese sentido, a lo mejor el *The Clinic* lo puede hacer, porque tienen una semana, al menos una semana para pensar en los temas y hacerlos, y si de repente tienen que viajar, se las arreglaran con la plata, me imagino que eso a veces será un problema, pero tienen como la forma de hacerlo; además *The Clinic* se lee de una forma distinta a lo que se lee *La Tercera* o *Emol*, que son cosas diarias, entonces yo creo que ahí falta mucho por avanzar. El otro día no más que tomé un uber y me preguntaba el conductor si es que yo creía que existía la libertad de prensa en Chile. Yo le dije que era una pregunta muy profunda y creo que sería una falta de respeto a los países que de verdad no tienen libertad de prensa decir que nosotros no tenemos libertad de prensa, porque obviamente acá no hay intervención del Gobierno, no hay nada directo que uno diga ‘oye, este medio lo cerraron porque es opositor’. Eso no pasa en Chile, pero sí hay que responder al poder económico. No me ha pasado aquí en *Emol*, pero sí me pasó en lugares en los que estuve antes en los que no me aceptaron temas porque era irse contra las salmoneras, por ejemplo, y que son al final los

que financian los medios. Como que son muchos factores que se van complejizando y al final uno hace lo que puede. Yo sí siento que el periodismo está al debe, yo te diría que siento que he hecho todo en estos últimos días de crisis para tratar de ser lo más ecuánime posible y tratar de cuestionar lo más posible a las autoridades, pero aún así todavía me pasa que se publican notas que a mí me duelen, así como ‘y esto es lo que dijo Piñera’, textual la cuña, y no hay nada de cuestionamiento, porque es imposible en estas condiciones conseguir más respuestas y no por eso vas a dejar de informar, pero al final informar a medias tampoco va a aportar a que la gente esté de verdad informada.

Entrevista Periodista 7

Periodista de justicia y seguridad de *El Mercurio*

¿Cómo es un día normal en su rutina?

Reunión de pauta en la mañana no hay, uno ya con el tiempo va programando sus jornadas. Yo tengo una agenda donde voy viendo cuando van saliendo temas, si se va a conocer algo, pero día a día nosotros tenemos la obligación de, hasta las 9.30 de la mañana, mandar nuestra pauta a los periodistas de la sección a través de un grupo de Whatsapp que lidera el editor. El editor de justicia y seguridad es Pablo González. En la mañana todos mandamos nuestras pautas y de ahí tienes que trabajar en tu pauta, reportear, si es una pauta oficial del Gobierno tienes que ir a pauta, o de Carabineros lo mismo, si es una pauta propia tienes que desarrollarlo desde tu punto en particular, desarrollar el tema que vendiste en la mañana y hasta las 3.30 de la tarde tú puedes enviar un informe con los avances de la pauta que enviaste en la mañana. Entonces, a las 9.30 se envía el informe y el editor a las 10.00 de la mañana entra a la reunión de editores, con las pautas consolidadas de sus periodistas, él las jerarquiza, y entra a la reunión y vende las tres o cuatro pautas más interesantes que tiene, no vende todas las pautas de todos los periodistas. En la tarde la dinámica es un poco parecida, hasta las 3.30 de la tarde tienes para mandar el informe, con el desarrollo de la pauta al editor, y él a las 4.00 de la tarde ingresa a la reunión de editores, donde están todos los editores de las secciones y, además, participa el director del diario, Carlos Schaerer, y ahí se define la portada, cuáles son los temas que van en la portada, los que van arriba, los navegadores, los temas que van por la izquierda, el título uno, el título dos del diario, la foto principal de la portada, y también se designan cuáles son los espacios dentro del cuerpo C para cada sección. En el cuerpo C puede ser un tema de ciudad, un tema de justicia, un tema de regiones, en la C2 y en la C3 puede ser política, y en la C4 está la cantidad de páginas que tiene el diario, depende, porque hay días que el diario va más grande y hay días en que va más chico, se dividen los temas de nacional, justicia y seguridad y regiones. En los temas de ciudad está transporte, educación, salud, municipalidades, Contraloría, iglesia, ese tipo de temas. En

justicia y seguridad van los temas relacionados con seguridad pública, con tribunales, con Poder Judicial, Tribunal Constitucional, Fiscalía, Ministerio Público, Ministerio del Interior, policías, etcétera. Y un espacio para los temas de regiones, que trabaja con corresponsales de Arica a Punta Arenas. Entonces, en Santiago hay un editor o un subeditor de regiones y ellos coordinan la pega que hacen los corresponsales de Arica a Punta Arenas, que despachan sus temas. Eso es más o menos el cuerpo C, y a las 5.00 de la tarde termina la pauta de editores con la portada. El editor sale con sus páginas, por lo general nosotros tenemos dos a tres páginas dependiendo del espacio y la contingencia. Salió un tema, no sé, por ejemplo, cuando estaban los jueces de la Corte de Apelaciones de Rancagua, nosotros teníamos más espacio, cuando pasó lo del tema del Ministerio Público, lo mismo, entonces, dependiendo de la contingencia cada sección va teniendo más o menos páginas, en eso también se divide la reunión y se ven los temas que están más fuertes en la agenda. No sé, si está full el tema de educación, full marchas, que una ciudad tenga más paginas que nosotros, eso se va trabajando en la medida que se va evaluando la contingencia que hay. A las 5.15 de la tarde, más o menos, el editor sale y te dice 'ya, Daniel, tu tema de no sé, el anuncio de la modernización de las policías y las diez medidas que anunció el Gobierno van en media página, seis columnas, con una foto, un cuadro relacionado, va también como título principal del diario, va en la portada uno'. Se decide el tema y después empiezas a escribirlo en la plataforma, así funciona más o menos la dinámica diaria. A veces yo puedo tener un tema por el Gobierno Interior y a veces puedo tener un breve o una nota chica, dos columnas, porque el día se va moviendo y va en relación a lo que hacen mis compañeros. De repente los míos son más importantes, se va viendo diariamente, la noticia es súper dinámica. Más o menos esa es mi rutina, yo cerca de las 8.00 de la tarde, si es un tema grande, 8.30 o 9.00 de la noche lo estoy entregando y espero que el editor me lo lea, y después que el editor lo lee yo me voy tranquilo. Cuando es un tema chico, si es un tema de dos tres columnas, no sé, yo puedo terminar a las 7.30 de la tarde y se lo dejo no más al editor, y si él tiene alguna duda me habla por teléfono, pero cuando es un tema más grande, que va en la portada, yo personalmente soy bien meticuloso en ese sentido y me quedo hasta que el editor lo revise,

consultamos dudas, resolvemos cuestiones, y ahí recién yo me voy. Así funciona más o menos mi día a día. Por último, además de eso, todos los periodistas tenemos la responsabilidad de que el día miércoles, hasta las 11.00 de la mañana, hay que enviar a los editores una propuesta de tema de fin de semana, porque el diario del fin de semana se arma con temas que quedaron reporteados durante la semana y son temas más grandes, temas más propios, digamos. Entonces el fin de semana hay dos editores de turno, y periodistas de turno, y cada sección deja una batería de temas y los editores de turno deciden el diario del día sábado, el del sábado lo vamos armar con estos temas, y se incluyen algunas cosas del día que hayan sucedido, y en el diario del domingo lo mismo, con estos temas, y el diario del lunes se arma con estos otros temas y un poco de contingencia nacional del día y así funciona un poco el diario del fin de semana. La gran mayoría de los temas del fin de semana son temas grandes, reporteados, pautas propias que quedan el viernes listos.

¿Cuántas personas componen su sección?

Está el editor, Pablo González, después está Lorena Cruzat que cubre Fiscalía, Cinthya Carvajal cubre Poder Judicial, Andrea Chaparro también cubre Fiscalía. Lilian Olivares cubre Ministerio de Justicia, Maximiliano Vega cubre Fiscalía y Marisol Espinoza, que es nuestra colaboradora, son siete en la sección, conmigo ocho.

En las notas que tienen más de un autor, ¿cómo se trabaja o coordina con el coautor de la nota?

Eso pasa hartito en verdad, porque las notas de *El Mercurio* muchas veces son compuestas, por ejemplo, yo puedo tener un tema del Ministerio del Interior, de la modernización de las policías, y a lo mejor habló el fiscal nacional, Jorge Abbott, sobre el tema. Entonces, si el tema mío es más importante y el de la Fiscalía no tanto, quizás el fiscal se pueda llevar dentro de un recuadro o un cuadro relacionado de mi nota. Se diseña la nota y la periodista la llena, por ejemplo la Andrea, que cubre Fiscalía, me manda su texto por mail con lo que dijo Abbott y yo lo incluyo dentro de la nota y la nota se firma por parte de los dos, eso sucede hartito. Muchas veces las notas son compuestas, por ejemplo, ayer hubo

consejo de seguridad publica y estuvo el Ministerio de Justicia, el Ministerio del Interior, también la Fiscalía Nacional, las dos policías, entonces ahí se cruzan las fuentes, se cruzan los frentes de información, porque está mi compañera, estoy yo con interior y esa nota la terminamos armando entre ella y yo.

¿Qué requisitos tienen que cumplir las notas para ser publicadas?

Hay formalidades más bien tácitas, intrínsecas, que responden a la línea editorial. No hay exigencias como de ‘Daniel, la nota que tú publiques tiene que tener un mínimo de tres fuentes’. O sea, una puede tener una fuente, otra puede tener seis fuentes, otra dos fuentes, pero el nivel de exigencia pasa por la rigurosidad de las fuentes, la rigurosidad de la información, la veracidad de la información, el chequear que la información esté confirmada. El director del diario, que es Álvaro Fernández, es abogado; en realidad, hay dos directores en el diario, está Carlos Schaerer, que es periodista, que es un director editorial, y está Carlos Fernández, que es otro director que es abogado, entonces él está siempre sobre nosotros porque somos justicia y seguridad. Entonces no sé, hay que ver bien lo que dice el fallo, o si esto está recontracheado porque como Mercurio estamos muy expuestos a recibir demandas por información mal entregada, entonces de verdad que el nivel de periodismo, más allá de que todos conozcan que *El Mercurio* tiene una línea editorial súper clara, histórica, el periodismo que se hace es súper riguroso y es de alta exigencia justamente por lo mismo, por todo ese componente histórico que tiene el diario hoy día estamos súper expuestos y todos los medios en realidad. A *La Tercera* le pasa algo similar y ha pasado, no sé, que *La Tercera* en ese sentido siento yo, hago más bien una evaluación personal, pero *La Tercera* es menos rigurosa que *El Mercurio*, de repente han golpeado con el informe de las policías que dice que los extranjeros están involucrados en la quema de estaciones del Metro y sin fuentes, un informe con fuentes policiales. Como que nosotros no hubiésemos publicado eso, por ejemplo, el director no habría permitido publicar eso en *off*, un informe sin citar la fuente diciendo que había extranjeros metidos en la quema de las estaciones de Metro. Por lo menos a nosotros también nos llegó esa información y estuvo la decisión editorial de no llevarla. No hay una exigencia

en términos de cuántas son las fuentes que tienes que tener, pero sí una exigencia respecto del nivel de la información que tú ofreces y eso está súper marcado, de verdad que es bien riguroso y es un periodismo de alta exigencia, porque yo día a día tengo que tener algo nuevo, algo que no tiene *La Tercera*, y al final, más allá de crítica o no crítica, la línea editorial, guste o no guste, el diario es el principal medio de comunicación del país y es el que marca pauta a los otros medios. O sea, la mayoría de los medios de comunicación pescan *El Mercurio* en la mañana y con ese diario arman su pauta para el día, quizás por eso, por el nivel de rigurosidad y de seriedad con el que haces tu pega, considerando el lugar en el que estás, el medio al que perteneces, la presión que pone tu jefe, pero esa es la exigencia, más allá de tener una determinada cantidad de fuentes, hay una nota que puedo tener muy buena en la que me hable solamente Chadwick, solamente Ubilla, solamente Blumel, no sé, que me diga que se va a acabar el agua del guanaco, y eso lo hago con una fuente, es una noticia en sí misma y al otro día quizás puedo hacer una nota de reacción con muchas fuentes opinando sobre la decisión que tomó Interior. No sé, me pongo en situaciones imaginarias, pero eso, más allá de un número determinado de fuentes, lo importante es la calidad de las fuentes y la calidad de la información.

Respecto a las fuentes, ¿cómo las contacta?

En mi caso hay harta conversación en *off*, entonces yo tengo hartito contacto con Ubilla, con Rodrigo Ubilla, por Whatsapp. No sé, él me llama y me dice ‘Daniel, tengo algo interesante, te mando un informe, no te puedo hablar’, entonces yo pongo fuentes de Gobierno o ‘según informe al que tuvo acceso *El Mercurio* se señala’ y armas la nota sin la fuente, digamos, pero con la confianza de que la información te la paso el subsecretario del Interior. Ese es un trabajo que se realiza, que yo siento que es la pega más difícil que tiene el periodista, que es el tema de ganar la confianza con las fuentes, y eso es tiempo, es profesionalismo, es seriedad, es compromiso, es que la fuente sea capaz de verte a ti respecto del trabajo que está hecho. Cuando entré en mayo del 2018 a justicia y seguridad, para mí ese era el desafío, porque tenía un frente nuevo, un frente de los más importantes para el diario, que es el Ministerio del Interior, el principal tema, la principal preocupación

de los chilenos es la seguridad pública, entonces las expectativas eran altas y tenía que estar a la altura de las circunstancias. Ahí empiezo un trabajo súper minucioso de empezar a conocer tus fuentes, conversar, ir a ver más allá de las pautas oficiales, llamar, pedir un café, conocer a los asesores del Interior. Yo tengo contacto hoy en día con varios abogados que trabajan con el Ministerio del Interior, que si bien no son fuentes oficiales, sí me ayudan un montón, no sé, cuando el Gobierno presenta el proyecto de ley antisaqueos manda una minuta, entonces yo llamo al abogado del Interior y le digo pero ya, en concreto, cómo sube la pena, cuál es la figura que se agrava, cuáles son las atenuantes a considerar, como para que él me explique el proyecto. No sé, más allá de la voz oficial de lo que dijeron en la pauta, la cuña del ministro, ese tipo de cuestiones se van ganando con tiempo y con confianza, así mismo los asesores son los que me dicen ‘Daniel, se viene un anuncio de seguridad, empieza a reportear eso’, te van pasando datos, informes, y ese es un trabajo que es súper difícil de definir o de explicar, porque cada periodista, no sé, lo va desarrollando conforme a las habilidades que tiene. Hay periodistas que son más puntudos, hay otros que van por el tema de elaborar la confianza. Tengo una compañera que trabaja con la Fiscalía y con los fiscales tiene una relación súper tensa, pero golpea un montón. Entonces, no sé, los amenaza, les dice quiero esto, si no hablas de esto voy a hablar con la otra parte. Son diferentes tipos de reporteo, ahí cada periodista va buscando sus propias tácticas, pero si hay un denominador común siento que es la confianza, y eso se logra con tiempo y con el trabajo de uno. Si al final tu trabajo va hablando por ti mismo, y la confianza de ciertas fuentes puede pasar en el camino, pero eso también te va perjudicando, porque se va viendo una especie de reputación del periodista, del trabajo de fuentes también, entonces hay que ser super cuidadoso con respetar los compromisos, respetar la palabra empeñada, respetar el *off* por sobre todas las cosas y el respeto de tus fuentes.

En relación a las fuentes *off the record*, ¿usted protege sus identidades frente a sus editores?

Sí, a veces mis editores conocen mis fuentes en *off*, pero yo también tengo la libertad de decirle a mi editor que una fuente en serio es confiable y él tiene la confianza en mí. Yo incluso puedo con mi editor, o con el director, hacer reserva de identidad a mis fuentes, eso está amparado en la ley igual, el secreto profesional nos ampara tanto en términos legales como con tu empleador.

En el caso de una *breaking news*, ¿cómo reportean si están cerca de la hora de cierre?

Pasa también que a veces son las 7.00 u 8.00 de la tarde y pasa algo y ahí hay un tema con el cierre de las ediciones del diario. El diario tiene dos ediciones, una para regiones y una para Santiago. La de regiones cierra tipo 9.30 de la noche, entonces, por ejemplo, si pasa algo a las 8.00 de la tarde tienes que incluirlo en alguna nota, cambias el diario, pescas una nota, sacas una de regiones, no sé, mueves un poco el diario para hacerle espacio a la nota y reportear rápido, con la capacidad que tengas con las fuentes, y cierras la nota a las 9.30 para la edición de regiones. De ahí tienes la posibilidad de volver a abrir la nota, para la edición de Santiago. Mejorarla, hacer cambios, meter más personas, agrandarla, no sé, pero eso se va viendo en el camino. Si por ejemplo ponen una bomba a las 9.00 de la noche en una estación de Metro, evidentemente eso va a ser el título del diario o va a ser un título secundario, dependiendo del principal, pero hay que empezar a reportear, fotografía, mandar un fotógrafo para allá, que se vaya un periodista para allá, que se quede otro periodista en el diario haciendo las llamadas, coordinando con las policías, con Interior, cuáles son las principales diligencias, el fiscal a cargo, no sé. Por un lado mi compañera se pone a reportear con la Fiscalía, yo me pongo a reportear con la PDI y los Carabineros, llamo al Ministerio del Interior para ver cuáles van a ser las primeras reacciones y ahí voy armando el tema hasta las 12.00 de la noche, cuando se cierra la edición de Santiago. Además hay otro tema que es la espera; por ejemplo, antes era más difícil porque no conocíamos el diario hasta el otro día, pero cambio la estrategia, al menos de *La Tercera*, y nosotros después también nos sumamos a eso de tener el early access,

que tener es el diario del día siguiente la noche anterior. Así, el editor revisa *La Tercera* en la noche, obviamente, si es la competencia, y si *La Tercera* trae algo grande, un golpe, algo que nosotros no tengamos y tenemos capacidad de reportarlo, lo agregamos más chico como para no salir golpeados. Lo mismo le pasa a ellos yo creo, porque nosotros también hoy día tenemos esa posibilidad del early access en la edición digital, también funciona así, a veces *La Tercera* lleva algo grande, algo que no tenemos y tienes que llevarlo, conseguir algo con los fiscales, con las policías, con Interior. En el caso mío, que es justicia y seguridad, el diario cambia conforme a la contingencia, conforme a lo que lleva *La Tercera* y así se va viendo, y por eso también permite el juego de las dos ediciones, cierras la edición de regiones y para la edición de Santiago tienes hasta las 12.00 de la noche para hacer el cambio y mejorar el diario que van a leer tus lectores en Santiago.

Sobre las redes sociales, ¿influyen de alguna forma en la pauta del medio?

Sí, pero no porque la pauta te la impongan las redes sociales, sino porque un hecho de relevancia nacional está siendo comentado en redes sociales; no es que la red social te imponga la pauta, sino que el hecho mismo, que está siendo comentado en redes sociales, quiere decir que es un hecho de relevancia que nosotros tenemos que llevar. No es que uno esté pendiente de la pauta por las redes sociales, sino que uno está pendiente del hecho que pasa en el país y se extrapola y tiene masividad. Hoy en día, a través de esta difusión de redes sociales, tenemos que ver siempre, o sea, yo trabajo con Twitter e Instagram. Instagram es más personal, pero también. Twitter es más como *trending* topic y estamos todos pendiente de eso y si pasa algo y es *trending* topic, no sé, si hay un bombazo en una estación de Metro evidentemente eso va a ser *trending* topic, pero no lo llevamos por eso, sino porque es un hecho en sí mismo noticioso, no sé si me explico. El termómetro hoy día te lo dan las redes sociales, te lo dan para todo, pero no es que las redes sociales impongan la pauta, sino que lo que son los hechos que se difunden en redes sociales, es el hecho en sí mismo el que importa en la pauta. Pasa un poco por eso, y hoy día está todo en las redes sociales, no es que las redes sociales marquen nuestra pauta, son los hechos

noticiosos que también se difunden en redes sociales los que marcan la pauta. Por ejemplo, con el proceso constituyente, o sea, el acuerdo para el proceso constituyente se firmó ese día en el Congreso en Santiago, era un hecho en sí mismo noticioso, y evidentemente se robó toda la atención en las redes sociales. Pero por ejemplo, si hay una funa que no es *trending* topic y es un tipo famoso que le pegaba a su señora, ya puede ser por el componente que sea famoso pueda ser noticioso y lo llamo, pero si no, y es *trending* topic igual, no lo vamos a llevar, no todos los temas que son *trending* topic, al menos en Twitter, van al diario, tiene que ver también con otros elementos de importancia del hecho. Evidentemente hoy día las redes sociales te dan un termómetro y tienen esa habilidad de que está pasando, pueden marcar tu pauta, pero no necesariamente lo hacen.

¿Qué tanto influye la necesidad de comunicar rápido las *breaking news* en la producción de una noticia?

A nosotros no nos pasa eso porque nosotros tenemos el diario del otro día. Eso pasa con *Emol*, pero entre *El Mercurio* y *Emol* la comunicación es cero. De hecho, *Emol* funciona en el mismo piso que nosotros, pero no comparte las noticias. De las noticias que van en el diario, hoy en la noche el editor de noche le deja un mail a *Emol* con los tres cuatro principales temas del diario, y *Emol* los puede republicar a las 7.00 de la mañana. La comunicación con el diario digital es cero, y en eso *El Mercurio* está un poco atrasado, porque por ejemplo *La Tercera* es multiplataforma, tiene *La Tercera PM*, los diarios digitales e impresos conversan, acá no, no ha habido una integración con el medio digital. Entonces, sobre las *breaking news*, nosotros tenemos que reportear esa noticia, pero no tenemos la obligación de publicarla en el acto porque es para el otro día, lo otro lo hace *Emol* y, como te digo, trabajamos de manera independiente.

Respecto al Caso Catrillanca, ¿cómo lo cubrieron?

Es un caso complicado, pero siento que la cobertura mediática del caso de Camilo Catrillanca, tanto en *El Mercurio* como en *La Tercera*, considerando la línea editorial que tiene cada medio, considerando que son medios de derecha, fue bien sensata y respondió un poco, o sea, en los primeros días las distintas versiones que habían eran porque la voz

oficial, el Gobierno, tenía distintas versiones, pero cuando ya particularmente se empezó a meter el trabajo del Ministerio Público, la Fiscalía y las policías, y mis compañeras que trabajan más con Fiscalía, creo que el trabajo que se hizo fue súper bueno, y empezamos a dar cuenta de que la versión del Gobierno se estaba cayendo, la versión de Carabineros se estaba cayendo, la Fiscalía empezó a investigar. Primero apareció el tipo, después apareció el tipo que no tenía la cámara, que no la había prendido, que después sí la había prendido y había apagado la tarjeta, primero se hablaba de un enfrentamiento, de balazos de acá para allá, incluso parlamentarios. Me acuerdo de Felipe Kast diciendo que tenía videos de cómo habían balazos contra Carabineros, cuando eso era absolutamente falso. A nivel de autoridades políticas también un montón de desinformación e irresponsabilidad en el comentario y en la información que entregaban. Uno como medio de información tiene la responsabilidad de chequear esos datos, pero si eres un senador de la República que está diciendo que tiene videos en los que vio que había un enfrentamiento y que vio cómo estaba la camioneta de Carabineros, las tanquetas llenas de disparos, o sea, es un senador de la República, eso tiene un peso en sí mismo y él tendrá que hacerse responsable de los dichos si no tiene los videos. El caso Camilo Catrillanca fue un desastre como lo manejó Carabineros, el Gobierno se vio un poquito atado de manos del mal manejo que tuvo Carabineros, que tuvo que hacerse responsable, y eso te da cuenta de la fragilidad de la institucionalidad que tiene Carabineros y de la importancia de modernizar la institución, porque tiene espacios de autonomía brutales, en que definitivamente no le dan explicaciones al poder civil y eso, en una policía moderna, del Siglo XXI, no da, digamos. Y en el caso de Camilo Catrillanca eso quedó de manifiesto, o sea, las versiones eran horribles, que se trasladó el Gope a La Araucanía, hay formalizadas no sé cuántas personas, yo el caso ya después lo perdí un poco, porque lo ve mi compañera desde el tema de la Fiscalía, pero el tratamiento que se le dio a los hechos fue tan sorprendente para los medios como para los lectores, porque nosotros también nos íbamos dando cuenta de una brutalidad enorme en el camino. O sea, que se rompiera la tarjeta, que tuviera que salir el ministro a decir ‘me mintieron’, para todos fue una sorpresa el comportamiento de Carabineros, pero siento que hubo una cobertura súper responsable. Cometimos errores

porque era la voz oficial la que estaba dando mal la información, el Gobierno te estaba diciendo que habían tres profesoras a las que le habían robado el auto y que estos tipos habían arrancado, y que se habían enfrentado a Carabineros a balas, era la versión que le habían entregado a Hermes Soto en Santiago y que Hermes Soto le transmitía a Andrés Chadwick, no sé, un desastre de pies a cabeza, pero la cobertura fue súper responsable. Después, cuando empezó la formalización de los carabineros, el nivel de irresponsabilidad de carabineros en esa acción hacía mucho tiempo que no se veía. Teníamos hace poco, además, el caso del fraude, a inicios del 2017 creo que fue, y después la Operación Huracán en La Araucanía, donde se inventaron conversaciones de Whatsapp para inculpar a representantes del pueblo mapuche, donde allanaron una casa y contrataron a este tipo que era un chanta, que hasta un cabro de 14 años se da cuenta de que este profesor Smith es un chanta. Si era cuestión de escucharlo, era impresionante, y los generales de inteligencia de Carabineros, en la Región de La Araucanía lo tenían como un genio. De repente era impresionante el nivel de incapacidad de la policía y la inteligencia de la policía uniformada de no darse cuenta de que ese tipo Smith era un verdadero chanta poh' viejo, y el software que les vendió no era nada, no tenían como. Entonces, ese nivel de situaciones tan graves, cuando el órgano que tiene el uso coercitivo de la fuerza de manera monopólica para cuidar la seguridad de la nación en estado democrático comete ese tipo de aberraciones es, o sea, vámonos todos a la B. El caso fue muy grave, la Operación Huracán, y después lo que vimos con el Camilo Catrillanca. Había un historial en el corto plazo hacia el pasado de distintos casos de Carabineros que eran insostenibles y que demandaban una modernización y que, en definitiva, el Gobierno le metiera manos a Carabineros con fuerza. Y eso sucedió, se estableció una hoja de ruta, el Gobierno estableció una meta, un acuerdo nacional para la seguridad pública donde se establecieron 150 medidas de las cuales más de 60 apuntaban a reformar a Carabineros a través de proyectos de ley. Entre paréntesis, Chile uno de los pocos países del mundo en que a Carabineros lo rige una ley orgánica constitucional, es decir, es muy difícil hacer cambios en la institución porque están amarrados a nivel de Constitución, pero bueno, ese es otro tema. Digamos que se empezaron a hacer cosas porque los casos fueron muy bullados y

demasiado graves, y con Camilo Catrillanca se les cayó un poco lo mismo que veníamos viendo en Carabineros y el desprestigio de la institución estaba por el suelo, entonces fuimos súper rigurosos en poner eso en pauta, en la agenda, por un lado las negligencias que se estaban cometiendo al interior de Carabineros, que es una institución importante para el país, pero también poner el énfasis sobre la necesidad que hay de modernizar la institución y que estas situaciones no se vuelvan a repetir. Guardando obviamente que hay una línea editorial, que evidentemente no somos el ciudadano, que Carabineros que tiene que grabarse, que son todos unos delincuentes, obviamente que no es así, pero dentro de la línea editorial siento que informamos con bastante responsabilidad y apego a los hechos, que fueron bastante sorprendentes para todos cuando estaba avanzando el caso y golpeamos hartos a *La Tercera*. Mi compañera hizo una pega súper buena ahí, la Lore Cruzat y Carolina Acuña sacaron varios temas con la Fiscalía que golpearon a *La Tercera* con Catrillanca.

Cuando surgió nueva información sobre el operativo, con el cambio de versión reconocido por el Gobierno, ¿cree que este tipo de situaciones afectan la credibilidad del periodismo?

Entiendo un montón la pregunta y eso, al final del día, nos vemos perjudicados todos por la acción irresponsable de unos delincuentes que están dentro de la institución, porque, o sea, eso es lo que son. Un tipo que dispara por la espalda y que después destruye una cámara, destruye la tarjeta de memoria de la cámara para que no hayan pruebas de lo que hizo y deja una persona muerta, ese tipo es un delincuente, hay que decirlo con todas sus letras. Cuando hay una institución tan importante como es Carabineros y la exposición que tiene cuando hay dos casos latentes anteriores, muy recientes y muy graves, como es el caso Fraude y el Caso Huracán, cuando tienes una versión del Gobierno, que te dice que es la versión oficial, que es el ministro del Interior diciéndote pasó esto, tú tienes el deber de informar apegado a lo que dice la fuente oficial, digamos, entonces evidentemente hay una responsabilidad como medios, es una responsabilidad que compartimos distintos actores involucrados en el tema: por un lado la autoridad, por otro

lado los medios, pero Carabineros es el principal responsable. Siento que Carabineros nos hizo caer a todos, es súper difícil cuestionar la versión de Carabineros porque era Carabineros el que estaba en el lugar, y en la medida que se fue tejiendo, en que se aclararon las cosas, se les fue cayendo la versión. Entonces uno también se da cuenta de que hubo un trabajo serio y riguroso por parte del periodismo que no se quedó solo con las versiones oficiales, sino que fue más allá, que investigó la Fiscalía y que obtuvo que la Fiscalía filtrara las primeras declaraciones que estaban apuntando a que no eran las declaraciones oficiales de Carabineros lo que había ocurrido realmente para que se supiera la verdad. O sea, igual fue gracias al periodismo que el caso Camilo Catrillanca se conoció tal y como fue, hubo una pega súper importante que hizo *La Tercera*, que hicimos nosotros también, y una pega súper importante que hizo *Ciper*, y en eso hay que ser responsable en destacar la pega que ellos hicieron, porque ellos también sacaron varias notas; Chilevisión también en un minuto golpeó con el registro de las cámaras, cuando se bajan estos tipos de la operación y se dan cuenta de que no están recibiendo tiros de vuelta, etc. Entonces si bien en un principio todos nos vimos por un lado, no sé, imbuidos por lo que hacía Carabineros y era un hecho tan grave que hay que informar para toda la opinión pública que estaba pendiente de lo que estaba pasando, de que había muerto un comunero mapuche, eventualmente a manos de Carabineros, que al principio se le sindicó como un delincuente que había robado un auto y al final el cabro había salido a comprar orégano con su sobrino... o sea, ese nivel de desinformación, en que dijeron que había sido un delincuente que había robado a tres profesoras; esos delincuentes nunca aparecieron, el testimonio de las profesoras nunca se conoció, y había una nebulosa tremenda en el caso. Para nosotros, como medio de comunicación, era súper difícil abordar la situación y al principio, lamentablemente, tenías que ir acotándote a los canales oficiales, pero como decía, en la medida en que estaba pasando el tiempo y se empezó a caer la versión de Carabineros, los medios de comunicación hicieron la pega con el Ministerio Público y hoy en día todos sabemos lo que pasó y lo que hoy día se conoce en gran medida es responsabilidad de los medios de comunicación que hicieron su pega.

¿Cree que se le dio más importancia a fuentes oficiales, como las de Gobierno, por sobre aquellas como las de comunidades mapuche?

Si poh', pero eso pasa, ahí hay que tratar de entender el tema no por sobre ese hecho, sino por cómo se ha hecho el tratamiento de las noticias relacionadas con el pueblo mapuche en los medios de comunicación chilenos durante, no sé, desde el retorno a la democracia o, al menos, desde mediados de los 90, cuando empezó a agudizarse el conflicto y empezaron a haber más hechos de violencia, más ataques, más ataques incendiarios, etcétera. Cuando tú estudias cómo se ha ido cubriendo por parte de los medios de comunicación masiva del país, que entre paréntesis hay una lógica de concentración de los medios y hay un cuestionamiento a la propiedad de los medios, esa es una discusión mucho más larga digamos, pero te da cuenta de quiénes son los medios de comunicación, quiénes son los dueños de los medios de comunicación y cómo históricamente han informado sobre el conflicto mapuche, entonces eso te da una línea que las cosas no van a ser distintas cuando pasan hechos como este. Tampoco fueron muy distintas con la Operación Huracán, o cuando fue el allanamiento a la comunidad de Temucuicui y una gran parte de la población validaba la acción de Carabineros porque el respaldo que tenía y las conversaciones donde los mapuche se estaban poniendo de acuerdo para hacer atentados, digamos. A ese nivel tú dices 'ya, está bien, que vengan estos tipos', y después te das cuenta de que las conversaciones por Whatsapp eran inventadas. Entonces para entender un poquito cómo se le dio la cobertura noticiosa a Camilo Catrillanca hay que estudiar un poco cómo han cubierto el fenómeno de la violencia rural, históricamente, los medios de comunicación. Y el comportamiento no fue muy distinto, o sea, nosotros jamás hubiésemos llevado en una página completa hablando al líder de la CAM, Héctor Llaitul, y en dos párrafos chicos, al fondo de la nota, al ministro Chadwick diciendo que habían sido las profesoras y arriba diciendo que Camilo Catrillanca era un héroe. O sea, hay que entender la línea editorial y cómo se ha ido adaptando el tratamiento de la noticia del conflicto mapuche en los últimos años para entender cómo fue el tratamiento que se le dio al caso de Camilo Catrillanca. Lo mismo pasó con el 13, y bueno con los medios de comunicación masivos en general, porque ahí entras a discutir cuál es la lógica de medios

del país y cómo afecta la concentración de medios en ciertos grupos económicos que, en definitiva, atentan contra la pluralidad y la libertad de expresión a su cabalidad en el sistema de medios de comunicación en el país.