



UAI
UNIVERSIDAD ADOLFO IBÁÑEZ

Trabajo final para la obtención del grado de
Magíster en Comunicación Política y Asuntos Públicos
Universidad Adolfo Ibáñez

Tesina

**LA COPUCHA EN LA ERA BORIC: ROLES PROFESIONALES EN LAS RUTINAS DE LOS PERIODISTAS
ENCARGADOS DE CUBRIR LA MONEDA ENTRE 2022 Y 2023**

Alumno

Víctor Alcaide Cepeda

Profesora guía:

Bárbara Fuentes Baraño

Santiago, 30 de julio de 2024

ÍNDICE

1.	INTRODUCCIÓN.....	5
2.	ANTECEDENTES.....	7
2.1	Medios y audiencias en Chile tras el retorno a la democracia	7
2.2	El periodismo político en Chile	8
2.3	El Palacio de la Moneda como frente noticioso	10
2.4	El “Segundo Piso”	12
2.5	La Secom	14
2.6	¿Qué es La Copucha?	16
2.7	La figura presidencial y su relación con los medios.....	17
2.8	El Presidente Boric y los medios	19
3.	MARCO TEÓRICO	22
3.1	Adaptación de los medios a las actuales audiencias	22
3.2	Agenda setting y su vigencia.....	23
3.3	Criterios de noticiabilidad	24
3.4	Teoría de los roles profesionales	26
4.	MÉTODOS Y DESCRIPCIÓN DE DATOS	28
4.1	Pregunta de investigación.....	28
4.2	Objetivo de investigación	28
4.3	Objetivos específicos	28
4.4	Diseño de investigación	28
4.5	Instrumentos de recolección de datos	29
4.6	Método de análisis.....	31
4.7	Decisiones metodológicas.....	32
5.	RESULTADOS	33
5.1.	Análisis de entrevistas a nivel evaluativo	33
	Perfil de los periodistas de La Copucha	33
	El arribo a La Copucha: aprensiones y responsabilidad	33
	Modelos y referentes profesionales	35
	Visión sobre el periodismo político	38
	“Consumir medios como si fuese el agua”	40

Mucho más que un trabajo.....	42
5.2 Análisis de entrevistas a nivel performativo.....	43
¿Hay rutinas en la cobertura de La Moneda?.....	43
El lunes sin falta	44
La Moneda: el “Ministerio de la Seguridad”	47
Las volteretas y tensiones marcan la pauta.....	48
Conflicto y consecuencia como ejes rectores.....	49
El periodista propone, la noticia del día dispone	50
¿Investigación periodística?: pastelero a tus pasteles	51
La importancia y la factibilidad del golpe periodístico	52
El clima al interior de La Copucha: entre la competencia y la cooperación.....	55
El Presidente y el off the record	56
La Dirección de Prensa de Presidencia	59
Rodeando a La Moneda	61
Autorreferencialidad mediática.....	62
5.3 Roles profesionales en la concepción de la actividad	63
Rol intervencionista	63
Rol vigilante o watchdog.....	64
Rol leal-facilitador	65
Rol cívico	65
Rol de infoentretenimiento	66
Rol de servicio	66
5.4 Roles profesionales en las rutinas periodísticas	66
Rol intervencionista	66
Rol vigilante o watchdog.....	67
Rol leal-facilitador	68
Rol cívico	69
Rol de infoentretenimiento	70
Rol de servicio	70
6. CONCLUSIONES.....	70
6.1 Las rutinas de La Copucha.....	71
6.2 Roles más presentes en el ejercicio profesional de La Copucha	71
6.3 Reflexiones metodológicas	73

6.4 Un <i>zoom</i> hacia el periodismo actual.....	74
7. REFERENCIAS.....	76

1. INTRODUCCIÓN

Los periodistas legitiman su papel en la sociedad y dan sentido a su quehacer a través de distintos roles profesionales (Hanitzsch, 2007). El estudio de dichos roles profesionales se ha ido trasladando desde el nivel evaluativo, basado en los ideales y expectativas de los periodistas, hacia el nivel performativo, basado en el estudio del desempeño del rol periodístico en la práctica (Mellado, 2015).

Parte relevante de la praxis profesional son las rutinas periodísticas, entendidas como la forma de organización usada por los profesionales de la comunicación y los medios a los que pertenecen, compuesta por prácticas y formas pauteadas, rutinarias y repetidas que son utilizadas en su ejercicio periodístico (Shoemaker y Reese, 1991).

En un contexto de alto escepticismo sobre el rol de los medios, resulta pertinente investigar cómo se están dando los roles profesionales en el marco de la relación entre el poder político y los periodistas de medios de comunicación en sus rutinas de cobertura. Lo anterior, entendiendo el rol de los periodistas como interpretadores sucesivos de la realidad social (Gomis, 1991), sobre todo en frentes tan relevantes para la coyuntura nacional, como es el Palacio de La Moneda.

Esta investigación tiene por objetivo describir los roles profesionales identificables en las rutinas periodísticas de los periodistas encargados de cubrir La Moneda en el periodo 2022 – 2023, correspondiente a los dos primeros años del gobierno del Presidente Gabriel Boric. El listado de periodistas acreditados por Presidencia de la República¹ está compuesto por 28 reporteros, los cuales se desempeñan en radio (10), televisión (6), medios online (6), diarios (5) y agencias de noticias (2), dando vida a la oficina de prensa del palacio de gobierno, también conocida como “La Copucha”.

¹ Información entregada por la Dirección de Prensa de la Presidencia de la República vía Transparencia, con fecha 30 de enero de 2024.

La investigación comienza con una revisión de los antecedentes del periodismo político en Chile, la cobertura de los medios al Poder Ejecutivo desde 1990 en adelante, así como de la evolución de la orgánica institucional a cargo de la estrategia comunicacional y política de los distintos gobiernos durante este periodo. Asimismo, se desarrolla una revisión teórica del contexto de crisis de los medios de comunicación tradicionales en términos editoriales y económicos, junto a los elementos basales del trabajo periodístico y su confluencia en el actual ejercicio de la cobertura política. Finalmente, se aborda la teoría de los roles profesionales y su línea de estudio, desarrollada especialmente a nivel nacional.

En el trabajo de campo, esta investigación busca constituir un aporte a la disciplina respecto a los estudios anteriores sobre roles profesionales del periodismo en Chile, dotados hasta ahora de un enfoque principalmente cuantitativo. En ese sentido, esta investigación de tipo descriptiva se concentra en el estudio específico del principal centro de poder y entidad con mayor capacidad de agenda setting en el país, como es La Moneda. La recolección y análisis de datos se propone desde un enfoque cualitativo, basado en la aplicación de entrevistas semiestructuradas a los periodistas de medios de comunicación acreditados de manera oficial por Presidencia para la cobertura de dicho frente noticioso.

2. ANTECEDENTES

2.1 Medios y audiencias en Chile tras el retorno a la democracia

El retorno a la democracia en Chile, tras 17 años de dictadura, significó el levantamiento formal de las medidas estatales de control y censura sobre los medios de comunicación que primaron durante el régimen de Augusto Pinochet. A esto se sumó la Ley de Prensa de 2001, la cual puso fin a una serie de infracciones atentatorias contra la libre expresión, heredadas del siglo XX. En paralelo, grandes grupos empresariales y estrechos colaboradores de la dictadura seguían afianzando su control económico de los principales medios de comunicación del país (Dermota, 2004).

Durante los primeros treinta años de retorno a la democracia, este escenario mediático convivía con audiencias que experimentaban profundos cambios socioculturales. El primer fenómeno fue la creciente lógica de búsqueda de la movilidad social, de la mano de un alto incentivo al consumo de bienes y servicios (Hunneus, 2014). El segundo rasgo de estas nuevas audiencias fue la pérdida de su cohesión y capacidad de organización social, sindical y política (Navia, 2010).

Mientras todo lo anterior ocurría, en la sociedad chilena penetraba exponencialmente el acceso a internet y uso de nuevas tecnologías, alcanzando en 2022 una penetración de internet móvil (3G+4G+5G) de 112,2 accesos por cada 100 habitantes y un 66 % de hogares con acceso a internet fija (Subtel, 2023), lo que en consecuencia traería profundos cambios en la forma de acceder a los medios de comunicación en los últimos años.

Según el Digital News Report de Reuters Institute (Newman, N. et al. 2023), el consumo de los medios tradicionales, como la televisión y la prensa escrita, han experimentado un declive sostenido desde 2017 a la fecha. Y si bien las redes sociales experimentaron un peak en 2020, alcanzando un 73 % de uso, esta cifra descendió a un 65 % en 2023, lo que daría cuenta de una fatiga informativa entre las audiencias.

Desde 2018 en adelante, el escenario periodístico ha estado marcado por diversos cierres de medios tradicionales, reestructuraciones y despidos masivos de periodistas². Luego, en el contexto del estallido social (2019) y la pandemia del COVID-19 (2020-2021), los niveles de confianza y credibilidad disminuyeron significativamente. En Chile, la confianza de las personas hacia las noticias informadas por los medios tradicionales bajó a un 35 % al 2023, 18 puntos porcentuales menos que en 2018 (Newman, N. et al., 2023).

2.2 El periodismo político en Chile

El periodismo político se ha caracterizado por desempeñar un marcado rol social en las democracias modernas. Representa la puerta de entrada a los principales acontecimientos que marcan la agenda pública de las sociedades y constituyen un punto de contacto entre las audiencias y el poder político, contribuyendo a la orientación y formación de opinión pública (McCombs, 2004; Mellado et al., 2017). A nivel mundial, los periodistas han forjado un alto grado de conexión con los ideales normativos de imparcialidad, tanto al proporcionar información política como al ejercer un rol fiscalizador de los gobiernos (Hanitzsch, 2011).

A su vez, el poder político tiene un alto interés en cómo y en qué medida la prensa cubre su quehacer o evalúa su desempeño, lo que deriva en una relación de reciprocidad constante. “El sistema político está muy interesado en aparecer a los ojos de los ciudadanos, de los propios funcionarios, de los militantes del partido gobernante, de las potencias exteriores y en general del universo mundo como extremadamente capacitado para plantear correctamente los problemas y resolverlos con eficacia” (Gomis, 1991, p. 72).

² Luna J. P., Toro, S. y Valenzuela, S. (23 de marzo de 2021). El ruidoso silencio de los medios tradicionales. *CIPER Chile*. Disponible en <https://www.ciperchile.cl/2021/03/23/el-ruidoso-silencio-de-los-medios-tradicionales/>

En el caso chileno, tras la restitución de la democracia, el periodismo político se transformó inicialmente en un campo de disputa de poder entre el gobierno de Aylwin y el entonces comandante en jefe del Ejército, Augusto Pinochet, cuya influencia pública se negaba a desaparecer del mapa. Así se lo recoge Ascanio Cavallo (2008) en su libro “La historia oculta de la transición”, donde se relata uno de los tantos diálogos entre el Presidente Aylwin y Pinochet, quien el 8 de octubre de 1991 se habría quejado por la supuesta hostilidad hacia el Ejército, generada por la prensa oficialista cercana a La Moneda. “El gobierno no controla a la prensa, general – respondió Aylwin-. Los tiempos han cambiado” (Cavallo, 2008, 159).

Respecto a la cobertura política, las salas de redacción de los medios chilenos han tendido a organizarse en base a tres tipos de reporteros: los reporteros de agrupaciones, círculos de periodistas estables y formales dedicados a la cobertura de ciertas instituciones; los reporteros de sector, dedicados a cubrir a un conglomerado, alianza o agrupación de partidos específica; y los reporteros volantes (Ramírez, 1995).

En este escenario, la cobertura política diaria de los medios de comunicación ha estado fuertemente arraigada a los pseudoeventos, definidos por Boorstin (1971) como aquellos hitos no espontáneos que han sido fabricados para obtener la cobertura de la prensa y la atención del público. Dichas instancias por lo general se reducen a la expresión de algún líder político sobre un tema determinado, sin mayor contexto o profundización (Ramírez, 1995).

Otra tendencia apreciable tras el retorno a la democracia es que varios medios independientes fueron desapareciendo de forma paulatina, entre ellos la insigne revista Análisis o el diario La Época, pese a que el fin de la dictadura auguraba mayores posibilidades en términos editoriales y libertad de expresión. Respecto a este fenómeno, no existe una versión unívoca. Por una parte, hay autores que lo relacionan a la falta de financiamiento y la concentración del avisaje estatal en los grandes conglomerados, generando el debilitamiento de la cobertura independiente (Godoy, 2016).

Hay voces más críticas, como el académico y Premio Nacional de Periodismo en 2005, Juan Pablo Cárdenas, quien plantea que durante los gobiernos de la Concertación hubo, derechamente, una política de exterminio de los medios independientes que fueron contrarios a la dictadura (Poo y Portales, 2008).

En tanto, otros autores han explicado la desaparición paulatina de medios de prensa post dictadura a razones más bien económicas, derivadas de la incapacidad de construir audiencias con vocación de masividad. La académica de la Universidad de Chile, Chiara Sáez, plantea que todo medio que aspire a incidir en la opinión pública, independiente de su tendencia política, debe ser capaz de sostenerse más allá de las ayudas fiscales³. A propósito del cierre del diario Punto Final, en 2018, Sáez indicaba que “los proyectos que son más críticos tienen el desafío de convocar más allá de los convencidos. Había un nicho que fue de a poco achicándose y no hubo tampoco una estrategia sistemática y clara en el tiempo para atraer a más personas, como ir adaptando o modificando el lenguaje o las temáticas” (Flores, 2018, párr. 15).

De todas formas, el fomento a la existencia de medios regionales o independientes no ha estado exento de esfuerzos por parte del Estado. Por ejemplo, la propia Ley de Prensa de 2001 estableció que los anuncios estatales que tuvieran un enfoque regional, provincial o comunitario debían dirigirse a los medios de comunicación de la misma escala, en fomento de la descentralización (Orchard y Venegas-Muggli, 2019).

2.3 El Palacio de la Moneda como frente noticioso

El sistema político en Chile se caracteriza por ser eminentemente presidencialista. Es el Presidente o Presidenta de la República y su respectivo gobierno quienes marcan la pauta de la administración del Estado y la gobernanza del país, así como del avance de materias legislativas

³ Flores, S. (14 de mayo de 2018). Crisis del periodismo en Chile: La lucha de los medios alternativos para no morir en el intento. *El Desconcierto*. Disponible en <https://www.eldesconcierto.cl/nacional/2018/05/14/crisis-del-periodismo-en-chile-la-lucha-de-los-medios-alternativos-para-no-morir-en-el-intento.html>

gracias a herramientas como el manejo de urgencias o las iniciativas exclusivas de ley. El éxito de la democracia chilena bajo estos parámetros se ha mantenido sostenidamente en las últimas décadas (Bronfman, 2016). Es más, la continuidad del sistema presidencialista fue recogida, ya sea de forma atenuada o reforzada, por las fallidas propuestas de nueva constitución presentadas tanto en 2022 como 2023 (Rodríguez, 2022; Fuentes, 2023). Históricamente, esta tradición presidencialista se ha reflejado en la cobertura de los medios de comunicación, que han otorgado a la agenda del Ejecutivo un lugar central en sus pautas noticiosas.

Dicha cobertura se ha arraigado mayoritariamente al Palacio de La Moneda. Este recinto, que nació a fines del periodo colonial como el edificio destinado a acuñar monedas, tras la independencia y bajo la presidencia de Manuel Bulnes Prieto en 1845, fue apropiado para uso de la nueva República, transformándolo en la casa del Poder Ejecutivo y residencia presidencial. La Moneda constituye una de las piezas centrales en la construcción de la República de Chile y, en su calidad de Monumento Histórico Nacional, ha sido objeto de múltiples resignificaciones y disputas simbólicas, siendo el bombardeo del 11 de septiembre de 1973 el férreo ejemplo de esta tensión. Mientras para los partidarios del régimen, la destrucción de La Moneda significó la salvación del país; para quienes no adherían a la intervención militar, el palacio en ruinas simboliza el quiebre violento de la historia democrática, de la mano del terrorismo de Estado (Márquez y Rozas, 2014).

Más allá de su carácter simbólico, en la práctica, La Moneda ha sido el epicentro administrativo y centro de operaciones de gran parte de la actividad de los gobiernos desde el retorno de la democracia en adelante. Inherentemente, el palacio de gobierno se transforma en un foco permanente de cobertura e interés periodístico a nivel nacional, donde el frente político cobra un rol central.

En la actualidad, en La Moneda opera la Presidencia de la República, conformada por el gabinete presidencial o también conocido como “Segundo Piso”, cuatro direcciones vigentes y una subdirección. Hasta diciembre de 2022, también funcionó en La Moneda la Coordinación

Sociocultural de la Presidencia de la República, la cual fue disuelta a partir de esa fecha para entregar la administración de las fundaciones que tenía a cargo a distintos ministerios, suprimiendo además el rol institucional de la primera dama. Irina Karamanos, expareja del Presidente Gabriel Boric, fue la última coordinadora a cargo de dicha repartición.

Tres ministerios tienen sede en el palacio de gobierno: el Ministerio del Interior y Seguridad Pública y su respectiva subsecretaría del Interior; el Ministerio Secretaría General de Gobierno, integrado por siete unidades y tres divisiones, incluyendo la Secretaría de Comunicaciones (Secom); y parcialmente el Ministerio Secretaría General de la Presidencia, incluyendo la oficina del ministro a cargo de dicha cartera.

Este grupo de reparticiones que se aloja en la Moneda también se le ha llamado Centro de Gobierno, definición con origen en la OCDE para denominar a los equipos e instituciones que brindan apoyo directo al rol presidencial y su función de gobernabilidad, lo que resulta clave para el cumplimiento de la agenda de cada gobierno (Egaña y Chateau, 2011; Jofré y Mena, 2023)

2.4 El “Segundo Piso”

Pese a existir nociones en el debate público sobre la importancia del Segundo Piso en la asesoría de cada gobierno y el rol presidencial, no existe una definición oficial que, a nivel institucional, establezca cuáles son sus funciones y campo de acción. En su investigación sobre el Segundo Piso, Soledad Zamorano lo define como un “equipo de máxima confianza del Presidente de la República, capaz de colaborar en la toma de decisiones al interior del Poder Ejecutivo, aportando una visión estratégica, que permita al mandatario contar con información valiosa – que no puede recoger en forma directa – y resolver, a través de sus emisarios, las incidencias de alto impacto, la vinculación con stakeholders clave, el seguimiento de resultados y la forma y oportunidad de comunicar los avances de su gestión a la ciudadanía” (2022, p. 95).

Hasta el gobierno de Ricardo Lagos, el segundo piso de La Moneda no era más que la planta superior del palacio de gobierno, donde estaban la oficina y espacios privados del Presidente, así como la oficina de sus colaboradores más estrechos. Fue bajo el mandato de Lagos que nació el llamado “Segundo Piso” tal como lo conocemos hoy, denominándose así al grupo de asesores estratégicos y más cercanos al Presidente, entre los que estaban Ernesto Ottone y Eugenio Lahera⁴.

Uno de sus principales desafíos estaba en orientar el diseño estratégico del gobierno, impulsándolo como una administración de centroizquierda de contenido progresista, pero evitando toda polarización social y política. Para este grupo de asesores, resultaba clave relevar la capacidad de gobernar que tenía Lagos como un presidente de todos los chilenos, llevando al país hacia el umbral del desarrollo (Ottone, 2016).

En su conformación original, el equipo del Segundo Piso trabajaba con foco en el Presidente de la República como único cliente, prescindiendo de dar instrucciones a los ministros que integraban el gabinete. Sin embargo, este espíritu se iría modificando durante los siguientes gobiernos. Por ejemplo, en la primera administración de Sebastián Piñera, el protagonismo estuvo centrado en María Luisa Brahm, a cargo del área de estudios, políticas públicas y análisis, convirtiéndose en la jefa de asesores de Presidencia y encargada de la relación con la Segpres. Dicho liderazgo resintió la relación con el entonces presidente de RN, Carlos Larraín, quien en 2012 sugirió que los integrantes del Segundo Piso debían “irse al subterráneo”⁵.

En el caso del segundo gobierno de Michelle Bachelet, la estructura del Segundo Piso descansaba en la jefa de gabinete, Ana Lya Uriarte; la jefa de prensa, Haydeé Rojas, y el director de políticas públicas, Pedro Güell. En particular, el liderazgo de Uriarte -quien llegó en reemplazo de Paula Narváez a raíz de su prenatal- llamó la atención del mundo político, ya que habría influido

⁴ Rodríguez, J. (05 de enero de 2016). ¿Cuándo el Segundo Piso se convirtió en el más poderoso de La Moneda? *Qué Pasa*. Disponible en <https://www.latercera.com/revista-que-pasa/cuando-el-segundo-piso-se-convirtio-en-el-mas-poderoso-de-la-moneda/>

⁵ Vega, M. y Soto, M. J. (08 de enero de 2016). La evolución del mítico Segundo Piso de La Moneda. *La Tercera*. Disponible en <https://www.latercera.com/noticia/la-evolucion-del-mitico-segundo-piso-de-la-moneda/>

directamente en instancias como el nombramiento de ministros, la elaboración de propuestas programáticas y el manejo comunicacional de crisis, como fue el renombrado caso Caval⁶ (Vega y Soto, 2016).

En el segundo gobierno del Presidente Piñera, la figura de Cristián Larroulet, jefe de asesores del Segundo Piso, tuvo la particularidad de ser uno de los pocos integrantes del círculo cercano del mandatario que se mantuvo en el cargo durante todo el período, el cual estuvo atravesado por crisis de alta magnitud como el estallido social y la pandemia del COVID-19.

Respecto a la administración del Presidente Gabriel Boric, los cambios han sido la tónica entre los liderazgos del Segundo Piso. A solo 6 meses de iniciado el gobierno, Lucía Dammert dejó el cargo de jefa de asesores, siendo reemplazada por el exdiputado Miguel Crispi. Mientras que, en enero de 2023, Matías Meza-Lopehandía renunció a la jefatura de Gabinete de la Presidencia, cargo que fue asumido por el sociólogo e historiador Carlos Durán.

2.5 La Secom

Dependiente de la Secretaría General de Gobierno, la Secretaría de Comunicaciones (Secom) ha sido, desde 1990, el organismo encargado de fijar los lineamientos comunicacionales del Ejecutivo, proveer de información actualizada a las autoridades y dar a conocer del quehacer del gobierno a la población a través de los medios de comunicación y plataformas digitales. La Secom es clave en las tareas de apoyo en materias informativas y comunicacionales, así como en el ejercicio de vocería propiamente tal, aun cuando el principal vocero de cada gobierno es el Presidente de la República (Egaña y Chateau, 2011).

⁶ El caso Caval fue un escándalo político y judicial, donde se involucró a Sebastián Dávalos y Natalia Compagnon, hijo y entonces nuera de la expresidenta Michelle Bachelet, en el supuesto delito de tráfico de influencias, en el marco de la obtención de un crédito bancario. El caso llevó a la renuncia de Dávalos al cargo de Director Sociocultural de la Presidencia de la República y marcó un abrupto declive en la popularidad del gobierno.

Tras ser pieza clave en la campaña del NO, Eugenio Tironi asumió en 1990 como director de la Secom, cargo que desempeñó durante los cuatro años del gobierno de Patricio Aylwin. En el caso del Presidente Eduardo Frei Ruiz-Tagle, esta división fue liderada por Pablo Halpern y luego por Cristián Toloza. En tanto, durante los seis años del gobierno de Ricardo Lagos, la Secom primero estuvo encabezada por la periodista Patricia Politzer y luego por el exembajador de Chile en el Vaticano, Javier Luis Egaña.

En sus memorias, Ernesto Ottone (2016) destaca el rol de Egaña a cargo de la Secom durante la segunda parte del gobierno del Presidente Lagos: “Él (Fernando Reyes Matta, asesor del Segundo Piso en materia internacional) y Javier Luis Egaña, quien dirigía la Secretaría de Comunicaciones, eran personas que vivían imaginando y organizando eventos comunicacionales (...) Ellos representan bien a esas personas llenas de ideas y propuestas. A veces exageran, pero otras veces aciertan. Lo bueno es que siempre consultaban” (Capítulo Los años de la vendimia, párr. 68). De esta manera, Ottone daba cuenta de la importancia de la coordinación entre el Segundo Piso y la Secom en la dinámica del ejercicio gubernamental.

En el caso del primer gobierno de Michelle Bachelet, Juan Carvajal fue el encargado de liderar la Secom durante todo el periodo (2006-2010), siendo uno de los últimos encargados de las comunicaciones que mantuvo por largo tiempo su poder en La Moneda (Von Baer y Basadre, 2022). Durante la primera administración de Sebastián Piñera, la Secom fue liderada por los periodistas Mauricio Lob y Andrés Venegas, en primera y segunda instancia, respectivamente.

A diferencia de su primer mandato, el segundo gobierno de Michelle Bachelet tuvo la particularidad de contar con cinco directores en la Secom: Paula Walker, Carlos Correa, Germán Berger, Francisco Poblete y Alejandro Alcoholado. A su vez, en su retorno a La Moneda, el Presidente Piñera tuvo a tres directores de Secom durante el segundo mandato: Jorge Selume, Christian Rendic y René Cánovas.

Por su parte, la Secom durante la administración de Gabriel Boric ha contado con el liderazgo de Pablo Paredes, publicista y realizador audiovisual que estuvo tras la campaña presidencial del mandatario para la segunda vuelta. En julio de 2023, el equipo de la Secom fue reforzado con la llegada de Juan Carvajal, exdirector de la Secom en el primer gobierno Bachelet, esta vez como asesor externo de la entidad, lo que se sumó al arribo a la Unidad de Estrategia de Gustavo Aracena, quien fue periodista de la exmandataria y ejerció como director de comunicaciones de la fundación Horizonte Ciudadano⁷. Independientemente de dichas incorporaciones, Paredes continuó como director de la Secom.

Entre sus funciones, la Secom -en coordinación con Presidencia y la Guardia de Palacio- lleva el relacionamiento con la Agrupación de Periodistas de La Moneda bajo la cual se organizan los profesionales de la llamada “Copucha”.

2.6 ¿Qué es La Copucha?

La Copucha es el nombre que cotidianamente se da a la oficina de prensa del Palacio de La Moneda, donde los medios de comunicación cuentan con periodistas que, por lo general, cubren exclusivamente dicho frente noticioso. “Posiblemente su nombre proviene del chilenismo ‘copucha’, que significa rumores, ya que a lo mejor era el lugar donde estaban los secretos del gobierno” (Guerra y Niemann, 2006, p. 5).

Ubicados estratégicamente en el mismo recinto que el staff presidencial, el Ministerio del Interior y la Secretaría General de Gobierno (SEGEOB), los periodistas de La Copucha desarrollan su cobertura en torno a las actividades, reuniones, pautas y entrevistas donde participa el Presidente de la República y/o alguno de sus ministros (Ramírez, 1995). Dichos profesionales conforman la Agrupación de Periodistas de La Moneda, presidida durante 2022 por la

⁷ Browne, M. (17 de julio de 2023). Secom ficha a Juan Carvajal como asesor externo en medio de crisis por lío de platas. *La Tercera*. Disponible en <https://www.latercera.com/politica/noticia/secom-ficha-a-juan-carvajal-como-asesor-externo-en-medio-de-crisis-por-lío-de-platas/45JSSZH3BZC7DJ7RD5RJJSN5E4/>

exreportera de La Tercera, Isabel Caro, siendo sucedida por la periodista Daniela Ruiz-Tagle de Radio Bío-Bío hasta abril de 2024, momento en que asume en su reemplazo el periodista Mariano Reyes de Radio Cooperativa.

Si bien no hay registros oficiales, se estima que La Copucha surgió en 1958, durante el gobierno de Jorge Alessandri Rodríguez. Para Abraham Santibáñez, Premio Nacional de Periodismo, su origen se asocia a razones bastante prácticas, apuntadas a facilitar el trabajo de los periodistas en un ambiente cómodo. Por su parte, el académico Carlos Peña, actual rector de la Universidad Diego Portales, explica que detrás del surgimiento de La Copucha también existieron motivaciones estratégicas, orientadas supuestamente a permear en los secretos que habitaban en los pasillos del poder (Guerra y Niemann, 2006).

Cualquier atisbo de ir más allá de las versiones oficiales fue completamente anulado durante la dictadura, periodo donde la prensa se mantuvo coartada y presionada, debiendo conformarse con las versiones oficiales del régimen. Con el retorno a la democracia y aun cuando el gobierno de Patricio Aylwin mantuvo una política de puertas abiertas con la prensa, los periodistas tardaron en recuperar la confianza para un ejercicio con mayor independencia, heredando el espíritu restrictivo de la dictadura (Guerra y Niemann, 2006).

2.7 La figura presidencial y su relación con los medios

En términos generales y desde el retorno a la democracia, la relación entre las figuras presidenciales y la prensa ha estado ajena a la crispación, a diferencia de otros países de Latinoamérica. Esta relación mayoritariamente afable entre ambas partes ha sido favorecida por la existencia de actores políticos a nivel transversal en los cargos de representación popular (Kitzbarger, 2009).

Pero este ambiente no ha estado exento de episodios controversiales durante las últimas décadas. Ejemplo de ello fue la modalidad de “pautas relámpago”, implementada por el gobierno de Ricardo Lagos en 2002, en la cual se decidió invitar únicamente a dos medios por cada actividad en terreno que llevara a cabo el Presidente. Tras una visita a un campamento en Recoleta, donde se convocó de forma exclusiva a Canal 13 y Radio Chilena, la medida generó el rechazo transversal del Colegio de Periodistas, la Asociación Nacional de la Prensa y la propia Agrupación de Periodistas de La Moneda, calificándola como un atentado a la libertad de expresión. La polémica obligó al gobierno a revertir la medida en tan solo 48 horas.

Un nuevo episodio del Presidente Lagos se registró en 2005, cuando el mandatario envió una carta privada al editor de El Mercurio, la que luego fue publicada por el medio. En la misiva, Lagos acusaba al diario de ejercer un periodismo que no era imparcial ni políticamente neutral, tras la publicación de una nota sobre supuestos favores nepóticos en su gobierno.

Por su parte, la Presidenta Michelle Bachelet se querelló en 2016 contra la revista Qué Pasa. Patrocinada por el abogado Juan Pablo Hermosilla, la acción judicial imputaba al medio un supuesto delito de injurias y calumnias, luego de publicar una transcripción de escuchas telefónicas correspondientes al caso Caval, donde se involucraba a la mandataria directamente en dicha investigación por corrupción y delitos tributarios.

El Presidente Sebastián Piñera tampoco estuvo ajeno a las desavenencias con la prensa. En marzo de 2021, la alta asesora presidencial Magdalena Díaz se contactó telefónicamente con el dueño del canal La Red, Ángel González, para expresar su molestia la entrevista que el medio hizo al exfrentista Mauricio Hernández Norambuena, alias Ramiro, condenado por el asesinato de Jaime Guzmán y el secuestro de Cristián Edwards⁸. Lo que Díaz describió como una "simple" conversación telefónica "a título personal" escaló hasta la justicia. En dicha instancia, la Tercera Sala de la Corte Suprema (2022, p. 13) acogió un recurso de protección en contra de la asesora

⁸ Almeida, A. (25 de mayo de 2021). Alta asesora presidencial Magdalena Díaz dice que telefonazo a dueño de La Red fue "simplemente a título personal". *Interferencia*. Disponible en <https://interferencia.cl/articulos/alta-asesora-presidencial-magdalena-diaz-dice-que-telefonazo-dueno-de-la-red-fue>

presidencial, argumentando que “el ejercicio de la aludida investidura no puede inhibir la labor periodística, vulnerando la libertad de expresión”.

2.8 El Presidente Boric y los medios

“Viva la libertad de expresión que incomoda al poder”. Así tuiteaba en junio de 2021 el entonces diputado y precandidato presidencial Gabriel Boric. No era primera vez que el dirigente político se manifestaba a favor del ejercicio de la prensa durante su historia pública. Semanas después, el 18 de julio, el exlíder estudiantil ganaba las elecciones primarias de su coalición, con un 60,43% de los votos. El proceso marcó récords de participación desde la instauración del sistema de primarias legales, en 2012, convirtiendo a Boric en firme candidato a La Moneda.

Desde entonces, partiendo por su periodo de campaña, el Presidente Gabriel Boric ha tenido varios roces con la prensa, situaciones que han sido puestas bajo el escrutinio público de las asociaciones gremiales y el mundo político (Bazán et.al, 2023).

Un ejemplo de lo anterior ocurrió el 21 de julio de 2022, en el marco del lanzamiento de la campaña "Voto informado" en Peñalolén, donde el periodista Gabriel Alegría (Canal 13) consultó a la ministra Vallejo si era legítimo que el Presidente Boric firmara ejemplares de la propuesta de la Convención Constitucional. El mandatario, presente en el lugar, invitó afanosamente al podio a una vecina quien calificó la pregunta de “ridícula”, alentando las risas entre los participantes del punto de prensa.

El 17 de abril de 2023, el Presidente Boric descendió al Patio de los Naranjos de La Moneda, donde increpó a un reportero gráfico de Agencia UNO, luego de que el profesional capturara imágenes del mandatario mientras estaba en su oficina con cortinas abiertas manipulando una pelota antiestrés. La acción fue condenada por el Colegio de Periodistas, calificándola como un “abuso de autoridad”.

El 25 de octubre de 2023, el Presidente criticó el rol de la prensa escrita en el marco del Encuentro Anual de la Industria, donde apuntó la supuesta predilección de El Mercurio, La Tercera y La Segunda por las malas noticias. “No sé cómo queda su corazón después (de leer esos medios) porque, en verdad, es como si viviéramos en un país infernal. Y no estamos en eso”, expresó Boric en dicha oportunidad.

Otro episodio se registró el 31 de octubre de 2023, luego de ser consultado por un periodista de El Mercurio sobre la representatividad de la propuesta del Consejo Constitucional. La respuesta del Presidente Boric fue la siguiente: “Parto de la base de que la tesis que subyace a su pregunta es que debiera haber habido un acuerdo mayor y que, por lo tanto, no hubo un acuerdo lo suficientemente transversal. ¿Esa es la opinión de El Mercurio?”.

Un nuevo capítulo de la tensa relación del Presidente Gabriel Boric con los medios tuvo lugar el 14 de diciembre de 2023, en la inauguración de la Plaza Los Cuncos de Renca, espacio público que fue reacondicionado luego de haber sido utilizado como un narcomausoleo. En su discurso, el mandatario criticó que los matinales de televisión abierta no cubrieran la actividad en vivo: “Parece que las buenas noticias no tienen rating”, dijo.⁹

La ola de reacciones no se dejó esperar, entre ellas la del columnista y actual rector de la Universidad Adolfo Ibáñez, Francisco José Covarrubias, quien criticó esta nueva arremetida contra la prensa. Días después, Boric aprovechó el inicio de las obras de la autopista Américo Vespucio Oriente II para desacreditar públicamente a Covarrubias: “El otro día un columnista

⁹ Cisternas, M. L. (14 de diciembre de 2023). Boric arremete contra matinales por cobertura: “Las buenas noticias parece que no tienen rating”. *Emol*. Disponible en <https://www.emol.com/noticias/Nacional/2023/12/14/1115723/presidente-arremete-contra-cobertura-matinales.html>

menor despreciaba la importancia de haber recuperado una plaza en la comuna de Renca en donde antes había un narcomausoleo”.¹⁰

En mayo de 2024, el mandatario participó de la 31° Conferencia del Día Mundial de Libertad de Prensa, que tuvo sede en Santiago de Chile. En ese contexto, Boric reiteró la idea de que la prensa debe incomodar al poder, reconociendo que esto se ha cumplido durante la primera mitad de su administración: “A mí me han incomodado un par de veces y en buena hora (...) no soy de las personas que se amurra y deja de hablar, estoy permanentemente realizando actividades públicas y de manera periódica respondo preguntas”, aseguró en entrevista con ARCHI.¹¹

Sin embargo, durante su tercer año de magistratura, el Presidente Gabriel Boric ha adoptado una posición mucho más reservada, reduciendo al mínimo sus intervenciones frente a la prensa. Esta estrategia de silencio ha llamado la atención de analistas y de los propios medios de comunicación. De hecho, en sus últimas 66 actividades públicas, solo en una ocasión respondió a las preguntas de la prensa, según un recuento entregado por Cristian Valenzuela a julio de 2024.¹²

En paralelo a la menor exposición del Presidente, sus niveles de aprobación ciudadana aumentaron, completando al 23 de junio de 2024 ocho semanas al alza en la encuesta Cadem, con lo cual llegó a 36%. En tanto, la encuesta Critería de julio del mismo año situó la aprobación de Boric en un 35%.

¹⁰ León, A. (28 de diciembre, 2023). La alusión del Presidente Boric a Francisco Covarrubias: “Un columnista menor”. *La Tercera*. Disponible en <https://www.latercera.com/politica/noticia/la-alusion-de-boric-a-francisco-covarrubias-un-columnista-menor/IPJCU5J43RCLJGAIFIHY26CUKY/>

¹¹ Concha, L. (3 de mayo, 2024). Día de la Libertad de Prensa: ¿Por qué se conmemora este 3 de mayo? *Duna*. Disponible en: <https://www.duna.cl/noticias/2024/05/03/dia-de-la-libertad-de-prensa-por-que-se-conmemora-este-3-de-mayo/>

¹² Valenzuela, C. (17 de julio, 2024). Me gusta cuando callas. *La Tercera*. Disponible en: <https://www.latercera.com/opinion/noticia/columna-de-cristian-valenzuela-me-gustas-cuando-callas/4YHXOIHNRFPCPKJBZVXRVPNQIE/>

3. MARCO TEÓRICO

3.1 Adaptación de los medios a las actuales audiencias

La relación entre las audiencias y los medios también ha mutado. Si en el pasado las audiencias tenían altos grados de confianza, jugando un rol más bien receptivo y desapasionado respecto a la información, para el investigador en comunicación argentino Pablo Boczkowski (2021), hoy el público se caracteriza por ser tribal, expresivo, emocional y escéptico, lo que representa un desafío para el periodismo en la tercera década del siglo XXI. “El periodismo tiene que dejar de concebir a las audiencias a su propia imagen. Para ello, tiene que llegar al público donde está y no donde le gustaría que estuviera. En otras palabras, tiene que dejar de pretender que sólo puede hablar y liderar y, en cambio, aceptar escuchar y dejarse guiar” (Boczkowski, 2021, párr.8).

En este ecosistema mediático complejo y multidimensional conviven, por una parte, una amplia diversidad de fuentes y generadores de contenido, y por otra, el fenómeno de las burbujas de filtro. Estas últimas implican que los algoritmos y los sistemas de personalización temática pueden exponer a las personas a un conjunto limitado de contenidos y, con ello, conducir al refuerzo de ciertas actitudes y creencias entre las audiencias (Areeb et al, 2023).

En contrapartida a las burbujas de filtro, tradicionalmente el periodismo ha sido concebido como un pilar de la democracia, en cuanto a su función de acercar a las audiencias distintas temáticas, de forma equilibrada y abierta a la discusión de perspectivas diversas (Schudson, 2008). No obstante, investigaciones recientes han comprobado que el periodismo digital ha debido adaptarse tanto a nivel editorial como en su modelo de negocio, utilizando la inteligencia artificial y la analítica de datos para, justamente, personalizar su contenido en el contexto de las burbujas de filtro (Monteiro, 2021).

En cuanto a las rutinas periodísticas propiamente tal, los profesionales han transitado hacia la toma de decisiones editoriales basadas en monitoreos de tendencias, vistas y estadísticas en

cuentas de redes sociales, competencias que mayoritariamente han sido adquiridas a pulso en el ejercicio profesional por sobre el espacio académico (Ramos-Alejandro y Rivera-Rogel, 2019).

3.2 Agenda setting y su vigencia

Desde su formulación inicial en 1972, la teoría de la agenda setting ha relevado la capacidad de los medios para colocar en pauta ciertas temáticas, cuya repetición influye en la vida diaria de los individuos, así como la instalación de muchos de esos temas en la agenda pública de las instituciones y autoridades. Sin embargo, esta capacidad sería limitada. “El establecimiento de la agenda no anula el supuesto básico de la democracia de que el pueblo, en general, tiene la suficiente sabiduría para determinar el rumbo de su nación, su Estado y sus comunidades locales” (McCombs y Valenzuela, 2007, p. 46).

El entorno mediático actual, marcado por la multiplicidad de canales en el ecosistema digital y la oportunidad de los usuarios para instalar agendas individuales, desafía uno de los principios básicos de la agenda setting, y es que los medios tenderían a compartir el mismo conjunto de prioridades informativas (McCombs y Valenzuela, 2007).

Este escenario deriva en dos fenómenos: por una parte, una mayor dificultad para formar parte de la agenda pública y, por otra, una mayor facilidad para desaparecer de dicha agenda rápidamente. Lo anterior, como resultado de la fragmentación de las audiencias, la exposición a agendas de temas más diversos, las características personales, la variabilidad en el nivel de interés e importancia de los temas, o a la creciente capacidad de los ciudadanos para ajustar su consumo de medios a sus preferencias de contenido personal (Grassau, 2016).

3.3 Criterios de noticiabilidad

En el proceso de construcción de la noticia, la teoría del periodismo, tempranamente a partir del siglo XX, ha puesto en entredicho el clásico imaginario del medio que persigue la noticia y donde los periodistas reportean en la búsqueda de hechos noticiables. La realidad ha constatado que son las noticias las que asedian a los medios y sus periodistas los encargados de seleccionar cuáles se publican en función de su interés periodístico (Gomis, 1991; Hong, 2008). Este proceso de selección y priorización es lo que se conoce como *gatekeeping*.

Gomis (1991) describió la selección de una noticia como un proceso donde intervienen los criterios de diversos actores, quienes toman decisiones de forma sucesiva y en las cuales se puede acertar o errar. A su vez, el resultado del día anterior influye directamente en la selección del día siguiente. La generación de comentarios, repercusiones, nuevos hechos que se transformen en noticia y su prolongación en el tiempo, son ponderaciones clave en esta evaluación.

Respecto a cuáles son los criterios de noticiabilidad o *news values*, la teoría ha establecido múltiples matrices para analizar el interés periodístico que gatilla su publicación, amplitud y profundidad de cobertura.

Walter Lippmann (1922) surge como pionero en el estudio de los valores informativos. Este autor estableció ciertos criterios preponderantes en la selección de las noticias para, luego de un proceso de producción, convertirse en un producto informativo que sale a circulación en el ámbito social (Molina et al., 2017; Mañoso, 2019).

Otro punto de partida lo marcan Galtung y Ruge (1965), quienes establecieron una taxonomía de 12 valores noticiosos que determinan la mayor o menor probabilidad de que un hecho sea seleccionado para su cobertura periodística (Molina et al., 2017). Entre los criterios más citados a nivel académico se encuentran los propuestos por el periodista Carl Warren (1975), para quien los factores que debe reunir un hecho para ser considerado noticia deben ser los siguientes:

actualidad, proximidad, prominencia, conflicto, suspenso, consecuencia, rareza, emoción y progreso/descubrimiento.

Por su parte, hay estudios posteriores que se concentran en un solo valor noticioso, como por ejemplo Bohle (1986), quien propone la negatividad como un factor predictor de la selección de las noticias; o Lengauer, Esser y Berganza (2012), quienes sistematizan el análisis del criterio de negatividad con especial foco en el ámbito político. En 2017, Jim Walsh, director editorial de Atlantic Media Strategies, recoge un listado de 7 valores noticiosos como son la oportunidad, la proximidad, el impacto, la prominencia, la rareza, la relevancia y el conflicto.

Cabe destacar que las propuestas de criterios de noticiabilidad no sólo provienen del ámbito teórico, sino también han surgido de los propios medios de comunicación a través de sus líneas editoriales. Emblemático es el caso de la BBC, que establece como misión “actuar en pro del interés público, sirviendo a todos los públicos a través de la provisión de productos y servicios imparciales, de alta calidad y distintivos que informan, educan y entretienen” (British Broadcasting Corporation, 2016, p.5). Si bien la BBC reconoce que el interés público no tiene una definición única, sí incluye valores como la libertad de expresión, la proporción de información a la audiencia para la toma de decisiones en asuntos de relevancia pública, combatir la desinformación y exponer conductas delictuales o de corrupción.

Esta diversidad de matrices de clasificación da cuenta de que no existe un consenso único sobre los factores que convierten a un hecho en noticia. Justamente, el Premio Nacional de Periodismo Abraham Santibáñez, quien ofrece una de las matrices más recurridas a nivel académico en Chile, parte su listado precisando que “los criterios empleados dependen de muchos factores y tienen que ver también con los valores imperantes en cada sociedad o grupo humano” (1996, p. 76).

3.4 Teoría de los roles profesionales

Los roles profesionales han sido conceptualizados como un conjunto particular de ideas y prácticas mediante las cuales los periodistas legitiman su papel en la sociedad y dan sentido a su trabajo (Hanitzsch, 2007, 369). A lo largo del S. XX y especialmente en los años 80 y 90, diversas han sido las investigaciones que han abordado los roles, las prácticas y las actitudes profesionales de los periodistas, primero en los Estados Unidos, para luego internacionalizarse como línea de investigación, incluyendo Latinoamérica (Oller et al., 2015).

Esta línea de investigación distingue dos niveles de análisis: el evaluativo y el performativo. El nivel evaluativo se refiere a la concepción del rol periodístico, el cual corresponde a un nivel abstracto basado en los ideales de lo que se considera importante hacer. Su estudio se ha basado principalmente en la aplicación de encuestas y estudios individuales (Mellado y Lagos, 2014).

En tanto, el nivel performativo guarda relación con el desempeño del rol periodístico, ocupándose de las acciones, procesos o reunión de reacciones que se materializan en una tarea o función, es decir, la praxis del periodismo. En la última década, su estudio se ha basado en la identificación de los roles profesionales en el quehacer periodístico a través del análisis de contenido cuantitativo.

Respecto al nivel performativo, Mellado (2015) propone la operacionalización del análisis de los roles profesionales en el desempeño periodístico bajo seis dimensiones, las que a su vez se agrupan en 3 dominios.

- El primer dominio guarda relación con la presencia de la voz periodística. En esta categoría unidimensional se evalúa la postura activa/pasiva de los periodistas en sus informes, así como una menor/mayor distancia entre el periodista y los hechos.
- El segundo dominio remite a las relaciones de poder, donde se distinguen dos dimensiones independientes entre sí: el periodismo de vigilancia y monitoreo al poder

(*watchdog*) y el periodismo que actúa como portavoz de las instituciones y representantes del poder (leal-facilitador).

- El tercer dominio se basa en la vinculación con las audiencias, donde se distinguen tres dimensiones: la dimensión cívica, que incentiva la participación ciudadana y el involucramiento en el debate público; la dimensión de servicios, que establece una relación cliente-profesional mediante la entrega de información al público sobre bienes y servicios de su interés; y la dimensión del infoentretenimiento, donde el foco está puesto en las experiencias emocionales y la entretención de las audiencias.

El estudio de los roles periodísticos a nivel evaluativo y performativo no es aislado ni excluyente. Es más, distintos estudios de la última década han profundizado en las brechas entre los ideales de los periodistas y el ejercicio profesional propiamente tal, profundizando en las inconsistencias entre ambas dimensiones, las que podrían estar gatilladas por múltiples factores, incluyendo influencias de carácter político y económico, contextos institucionales complejos, así como el trabajo con distintas plataformas y ritmos noticiosos (Mellado et al., 2020). En definitiva, “la forma en que los periodistas se ven a sí mismos como profesionales no es necesariamente un reflejo del desempeño de su rol” (Mellado et al., 2020, p.3).

4. MÉTODOS Y DESCRIPCIÓN DE DATOS

4.1 Pregunta de investigación: ¿Cuáles son los roles profesionales presentes en las rutinas de los periodistas que cubren La Moneda en el periodo 2022 - 2023?

4.2 Objetivo de investigación: Describir los roles profesionales identificables en las rutinas de los periodistas encargados de cubrir La Moneda en el periodo 2022 – 2023.

4.3 Objetivos específicos:

- Identificar existencia o ausencia de rutinas periodísticas de los profesionales encargados de cubrir La Moneda en el periodo 2022 – 2023.
- Caracterizar de qué manera los periodistas que trabajan en medios de comunicación definen los roles profesionales asociados a su trabajo y establecer si existen criterios comunes al respecto.
- Identificar brechas entre la concepción del rol profesional, respecto a su implementación en las rutinas de los periodistas encargados de cubrir La Moneda en el periodo 2022 – 2023.

4.4 Diseño de investigación

A nivel metodológico, esta investigación tiene un enfoque cualitativo, considerando que “utiliza la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación” (Hernández Sampieri et al., 2010, p.7). En este caso, el diseño metodológico cumple con distintas características propias del enfoque cualitativo, entre ellas, la recopilación de datos en un entorno cotidiano para los participantes del estudio, como es la

entrevista semiestructurada en profundidad, así como el papel clave del investigador como recopilador de la información y los datos cualitativos en forma directa (Creswell, 2009).

Como parte de este enfoque, se establece una investigación de tipo descriptiva, ya que busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de un grupo de personas que formará parte del análisis (Hernández Sampieri, 2010). De esta manera, se apunta a satisfacer el objetivo de investigación, el cual propone una descripción de los roles profesionales en las rutinas periodísticas de los medios de comunicación y sus profesionales que participan en la cobertura de un frente político de relevancia nacional, como es La Moneda, junto con interpretar y comprender la vinculación entre el ámbito normativo-evaluativo y el ámbito performativo de dichos roles.

Para responder a la pregunta de investigación, se establece un diseño no experimental, ya que corresponde a un estudio que no involucra manipulación deliberada de variables, sino la observación del fenómeno en su ambiente natural para su posterior análisis (Hernández Sampieri et al., 2010). En este caso, se busca investigar los roles profesionales de periodistas que, entre los años 2022 y 2023, trabajaron en la cobertura de La Moneda como parte de La Copucha.

Considerando el objetivo de investigación y el alcance temporal del mismo, corresponde a un estudio transeccional y descriptivo, ya que busca recoger las características y elementos del rol profesional de periodistas de medios de comunicación que han cubierto los frentes ya mencionados en el periodo 2022-2023 y cómo este se ve reflejado en su descripción de la rutina periodística (Hernández Sampieri et al., 2010).

4.5 Instrumentos de recolección de datos

Como instrumento de recolección de datos para esta investigación, se aplicaron 7 entrevistas semiestructuradas carácter individual a periodistas de medios acreditados para cobertura permanente en el Palacio de la Moneda entre los años 2022 y 2023, según el listado oficial entregado por la Dirección de Prensa de la Presidencia de la República vía Ley de Transparencia.

Respecto a las definiciones muestrales, se priorizó a los periodistas de aquellos medios con mayor alcance semanal, según el Reuters Institute Digital News Report 2023 (Newman, N. et al., 2023), considerando tanto la categoría de medios tradicionales (escritos, radio y televisión) como la categoría de medios digitales. Asimismo, el enfoque cualitativo de investigación permite, en la medida que resulte necesario, incluir en la muestra a personas que al principio no estaban contempladas y, a partir de ello, modificar la muestra concebida originalmente (Hernández Sampieri et al., 2010). En esa línea, se descartó la participación de periodistas que voluntariamente no se sumaron a la investigación y, en paralelo, también se decidió incorporar a un periodista de agencia informativa, la cual ofrece cobertura oficial desde La Moneda y presta servicios a otros medios nacionales o internacionales.

Como parte del instrumento, se aplicó a los participantes una pauta de conversación orientada a la definición de los roles profesionales con cuales se identifican y a cuáles atribuyen más importancia, así como sus criterios editoriales, su vinculación con las fuentes, el uso de los recursos disponibles y las dinámicas de poder identificables en su praxis profesional.

Basado en dicha información, la Tabla 1 indica los perfiles que abordarán las entrevistas:

TABLA 1

Tipo de medio	Cantidad de entrevistados
Televisión (incluye versión digital del medio)	2
Diario (incluye versión digital del medio)	2
Radios (incluye versión digital del medio)	2
Agencia	1

Fuente: elaboración propia.

4.6 Método de análisis

En términos generales, “el análisis de datos implica la recopilación de datos abiertos, basados en la formulación de preguntas generales y el desarrollo de un análisis a partir de la información proporcionada por los participantes” (Creswell, 2009, p. 171). Puntualmente, el resultado de las entrevistas fue sometido a un análisis de contenido cualitativo, basado en un proceso de codificación, a partir del cual se establecerán los hallazgos de la investigación y sus respectivas conclusiones.

Las unidades de análisis no gramaticales son las transcripciones de las entrevistas, cuyos participantes son etiquetados como “periodista 1”, “periodista 2” y así sucesivamente, con el objetivo de garantizar el anonimato de los profesionales que forman parte del estudio.

A nivel de contenido propiamente tal, a partir de la respectiva transcripción de las entrevistas, se estableció una codificación abierta de las distintas unidades de análisis correspondientes a las respuestas entregadas por los entrevistados. A nivel de codificación axial, se identificaron las menciones más recurrentes en términos temáticos, con el objetivo de determinar eventuales similitudes o diferencias entre los entrevistados.

A partir de dicho análisis, se procedió a la codificación selectiva, cuyo objetivo es “elaborar la categoría central en torno a la cual las otras categorías desarrolladas se pueden agrupar y por la cual se integran” (Flick, 1998, p. 198). De esta forma, es posible hacer una descripción en función de la categoría central (roles profesionales identificables en las rutinas de los periodistas encargados de cubrir La Moneda) e interpretar teóricamente los hallazgos obtenidos.

Con el fin de identificar adecuadamente la presencia o ausencia de los roles periodísticos a nivel evaluativo o performativo, se optó por el instrumento de codificación resumida de indicadores para medir roles profesionales en las noticias propuesto por Mellado y Lagos (2014) como base referencial, permitiendo vincular el análisis a los criterios establecidos en investigaciones previas sobre estos modelos profesionales.

4.7 Decisiones metodológicas

Aun cuando esta investigación difiere con la mayor parte de los estudios contemporáneos sobre roles periodísticos, abordadas desde lo cuantitativo, la elección del enfoque cualitativo busca, justamente, innovar en ese sentido respecto a las tendencias predominantes y, por otra parte, responder al objetivo de investigación y su vinculación con las rutinas periodísticas.

Efectivamente, autores como Mellado (2019) han señalado que la utilización de encuestas o entrevistas no lograrían medir realmente el desempeño del rol periodístico, dadas las brechas existentes respecto a la concepción del rol. Lo anterior, mediado por diversas contradicciones y factores contextuales que no entregarían resultados representativos.

No obstante, es importante recalcar que las rutinas de la prensa corresponden a un fenómeno no observable en el producto periodístico, sino que este último es su resultado. De esta forma, el análisis de las rutinas efectivamente se puede obtener a través de instrumentos etnográficos y, en los casos que no es posible, mediante el levantamiento de entrevistas a los sujetos de investigación, como es el caso del presente estudio.

También cabe destacar la construcción estratégica del instrumento de recolección de datos, en este caso, la pauta de preguntas de la entrevista, la cual busca -precisamente- dejar entrever las brechas entre la concepción de los roles periodísticos y cómo esto se aterriza en la práctica del día a día.

5. RESULTADOS

5.1. Análisis de entrevistas a nivel evaluativo

Perfil de los periodistas de La Copucha

Si hay algo que caracteriza transversalmente a los periodistas de medios de comunicación acreditados en La Moneda durante la primera mitad de la era de Gabriel Boric, al igual que en el caso del Presidente, es su juventud. Ninguno de los entrevistados supera los 40 años y la mayoría aún no cumple los diez años de trayectoria profesional.

En cuanto a los estudios, llama la atención la mayor presencia de periodistas egresados de la Pontificia Universidad Católica de Chile, no obstante, también hay participación de diversas universidades privadas en la formación de los integrantes de La Copucha.

Por su parte, hay una equidad bastante marcada en la representación de género en el grupo de periodistas acreditados, lo que se refleja tanto en listado completo entregado por Presidencia en el marco de la investigación, como también en la muestra de profesionales entrevistados.

Si bien la mayoría de los entrevistados cuenta únicamente con estudios de periodismo, destaca un par casos de entrevistados que llegaron a la profesión luego de haber estudiado otra carrera fuera del área de las ciencias sociales, las cuales abandonaron sin haber finalizado, optando por la vocación periodística.

El arribo a La Copucha: aprensiones y responsabilidad

A nivel de trayectoria profesional, una característica transversal de los periodistas acreditados es que prácticamente todos han forjado su carrera en los medios de comunicación de forma

ininterrumpida. No obstante, la mayoría de los participantes del estudio han tenido experiencias laborales anteriores en frentes de cobertura distintos a la política, como deportes, internacional, reportajes, crónica o policial, lo cual da cuenta de la ductilidad y capacidad de reconversión profesional de los periodistas en cuestión. Dicho bagaje es valorado, por ejemplo, por el periodista 1: “Tener calle es muy importante. Yo creo que también, para ser un buen periodista político, tienes que haber idealmente pasado por otras cosas antes. Creo que es positivo o es deseable. No sé si es necesario, pero es deseable conocer también otras cosas, otras formas y áreas de cobertura”, recalca.

Los casos donde el profesional es contratado directamente para ser acreditado en La Moneda son excepcionales, y es que la mayoría de los periodistas de La Copucha llegó al puesto luego de haber hecho carrera previa en el mismo medio para el cual trabajan actualmente. Promociones internas, reemplazos por renuncia del periodista acreditado anterior y rotaciones por cambio de gobierno, son las circunstancias que más se reiteran en la llegada de los periodistas a Palacio.

En línea con la juventud de los periodistas de La Copucha, estos mayoritariamente fueron acreditados junto con la llegada del gobierno de Gabriel Boric o de forma posterior, mientras que los casos que cuentan con experiencia cubriendo Moneda en gobiernos anteriores son minoritarios. “La mayoría llegó con el Presidente. Casi siempre los cambios se hacen como cuando llega el Presidente”, menciona el periodista 1. Esta idea es reforzada por el periodista 5: “Hay algunos medios que usan esta política y otros que no, pero por lo menos en mi medio, un periodista está a cargo de los 4 años de un gobierno. Solamente un periodista hace los 4 años y posteriormente, al término, sigue el siguiente, que ahí normalmente se elige dependiendo de quién siguió la campaña del ganador”.

En cuanto a la sentimentalidad expresada sobre el momento de su arribo a La Moneda, no hay una respuesta unívoca entre los periodistas, sin embargo, se detectan dos grandes lineamientos en las respuestas. Por una parte, hay una alta tendencia a mencionar el sentido de

responsabilidad que les generaba asumir este desafío y, por otra, el surgimiento de ciertos miedos o aprensiones profesionales respecto al desempeño del rol.

“Cubrir a La Moneda es como un espacio que es súper valorado dentro de los periodistas, por lo tanto, un desafío que es una responsabilidad muy grande dentro de un medio de comunicación. Eso era un poco abrumador al principio”, relata el periodista 2. En la misma línea, el periodista 3, agrega que “La Moneda es como un fierro caliente que no muchos quieren tomar, porque es harto tiempo, harta la exigencia y harta la vitrina que existe. Es muy expuesto”. El periodista 4, en tanto, reconoce no haber dimensionado las implicancias del rol desde el momento inicial: “Yo me veía rompiéndola, pero lo subestimé. Lo subestimé porque es una pega complicada”.

Adicionalmente, hay entrevistados que reconocen que su llegada a Palacio fue fortuita o, incluso, a contrapelo de sus proyecciones profesionales. Por ejemplo, el periodista 1 cuenta que “a la mayoría de la gente, cuando le dicen que va a cubrir Moneda, que cubre política, en general es una buena noticia, bacán. Muchos te dicen que es como un techo, que toda la gente que cubre política alguna vez en la vida quiere hacer Moneda, que te da mucha experiencia. No cualquier periodista va a La Moneda. Y me hablaban muchas cosas buenas de La Moneda, pero a mí de verdad me gusta mucho reportear (...) entonces, tenía un poco esa sensación de que La Moneda me iba a limitar mucho y tuvimos que negociarlo a harto rato con el editor en ese momento”.

Modelos y referentes profesionales

En cuanto a los referentes profesionales por los integrantes de La Copucha, si bien la gama de periodistas o productos mencionados es amplia, hay una tendencia clara a destacar referentes del ámbito televisivo, independientemente del tipo de medio donde se desempeña cada periodista entrevistado. Lo anterior da cuenta de la masividad del periodismo televisivo y su influencia en la formación de los periodistas que actualmente ejercen en el medio. Iván Valenzuela, Fernando Paulsen, Ramón Ulloa, Mónica Rincón y Matilde Burgos, son algunos de los nombres mencionados. También se destaca el rol de programas televisivos de investigación

periodística, como “Informe Especial” y “Contacto”, así como a reconocidos profesionales vinculados al ámbito investigativo, como Mónica González, Santiago Pavlovic, Ascanio Cavallo o María Olivia Mönckeberg.

Respecto a las cualidades que debiera tener un buen periodista político o, más específicamente, un periodista de La Moneda, se desprenden tres aspectos clave. En primer lugar, se reitera el alto nivel de estudio que se requiere sobre diversas temáticas que, a lo largo del calendario, van repercutiendo en el gobierno. “La base para un buen periodista es estar medianamente informado y eso significa como ojalá exponerse como a la mayor cantidad de medios posibles, la mayor cantidad posible de formatos, de estilos, de tendencias políticas o editoriales”, recalca el periodista 1.

“Tiene que saber de muchos temas relacionados a la política, pero yo creo que tiene que ser una persona muy estudiosa, muy constante y aplicada en lo que respecta a consumir medios de comunicación. Eso se va a ver sí o sí reflejado en que si el periodista maneja o no todos los temas de la contingencia y los temas de la contingencia son super amplios. Entonces, tiene que ser una persona que tenga esa capacidad de manejar muchos temas y ser muy disciplinado con el compromiso que requiere”, refuerza el periodista 4.

“Es muy importante leer historia, de lo que fue la ex Concertación, de lo que fue la dictadura. Hay que saber mucho para poder ahora entender lo que es la política actual”, puntualiza el periodista 7. En esa línea, el periodista 3 apunta a que el entendimiento cabal de los temas favorece, a su vez, la comprensión de las audiencias: “Yo creo que lo primordial es vincularse con los temas, conversarlos, no solamente que sea un tema de pega, sino entenderlos. Obsesionarse de repente con eso (...) tratar de encontrar las dos posturas de un tema y poder traducirlo, también, a un lenguaje simple”. Al respecto, el periodista 7 recalca que “la gente te tiene que entender cuando tú estás comunicando porque es tu rol y a veces, muchas veces dentro de la política, hay cosas que uno no puede explicar”.

Otro punto relevado por los profesionales de La Copucha es la capacidad profunda de análisis que se requiere respecto a todo lo que ocurre y no ocurre en La Moneda. Hacer una doble lectura de cada una de las frases y acciones que tienen escenario en el palacio de gobierno es algo que, destacan, resulta crucial en el trabajo informativo para evitar caer -según sus palabras- en un periodismo “ramplón”. Por ejemplo, el periodista 1 enfatiza que “el rol fiscalizador y todo el cuento, que es muy técnico y académico, creo que sirve mucho para La Moneda, para no olvidarse que ese es tu rol, que por eso estás ahí, para qué tú vas a hacer la pregunta, que no vas a una pauta porque simplemente vas a mirarla de bonita y te vas a ir y la vas a reproducir. No, eso lo puedes hacer cuando tienes que hacer la ruta del completo, pero no para la nota política más dura y menos aún para La Moneda”.

Para estos profesionales, dicha capacidad de dar una segunda vuelta a la información tiene especial relevancia en un medio como la política, donde la doble intencionalidad y las jugadas estratégicas son parte del día a día. “Un buen periodista político es alguien que sepa captar señales. Por ejemplo, el Presidente no saludó a un gobernador en una gira. No es que el Presidente no haya saludado porque se le olvidó. Es una señal política, porque ese gobernador, por ejemplo, estaba cuestionado en medio del caso Convenios”, relata el periodista 7.

El periodista 5 destaca la importancia de “saber discriminar muy bien de lo que es una noticia a lo que es un ‘cahuín’ (...) Vamos a las fuentes, vamos a los portales de transparencia, pidamos solicitudes, hablemos con la Contraloría, veamos en la Fiscalía si esto tiene base o no. Ahí está la pega, que es la pega de todos los periodistas, pero en política te suele llegar mucha más información porque siempre hay uno que le quiere pegar al otro, así que eso es clave”, puntualiza.

Pero los periodistas coinciden en que este rol fiscalizador debe convivir con un cuidado irrestricto hacia las fuentes. “Un buen periodista mantiene a la fuente para que siga contándole cosas. No lo vas a apuñalar por la espalda sólo porque quieres una felicitación de tu jefe”. Así resume el periodista 4 la importancia de cultivar una relación de confianza con sus fuentes al interior de

Palacio. El periodista 2 también refuerza dicha idea: “Creo que tiene que ser alguien súper confiable porque finalmente es la contraparte del medio de comunicación en el gobierno. Entonces, puede ser un excelente periodista, pero que, si tiene malas formas o no es respetuoso o creíble para conversar, al final podría terminar empañando a todo su medio de comunicación”.

Mismo punto es el que aborda el periodista 5, recalando que es un cuidado que no se debe malentender, sino que se trata de un resguardo a nivel profesional para garantizar la sostenibilidad en el vínculo con las fuentes: “(Un buen periodista) tiene que tratar de construir también una relación de confianza con sus fuentes, que no signifique un amiguismo, sino que sepan que sabes hacer bien la pega y, por ende, también te confían sus datos”. El periodista 7 lo conceptualiza como “tener tacto con la fuente”, especialmente ante una administración que no tendría mayor experiencia comunicacional previa: “Cubriendo este gobierno en particular he tenido que aprender a no ir tan al choque como antes”, reconoce.

Visión sobre el periodismo político

En términos generales, entre los periodistas de La Copucha hay una valoración transversal del periodismo político como frente de cobertura. Dichos atributos, a su vez, implicarían mayores desafíos profesionales. El primero de ellos es la capacidad de estudiar, conocer y comprender diversas temáticas más allá de la política propiamente tal. “Yo creo que tiene esta cuestión como multidisciplinaria. La política es un concepto en sí mismo, pero que también se fusiona con mil otras ramas”, dice el periodista 2.

“Cubrir periodismo político necesita saber de muchas cosas, estar arriba de muchos temas, que un día pueden ser de trabajo, al otro día puede ser medio ambiente, al otro día puede ser economía, al otro día puede ser cultura, deporte. La política es bien transversal, en ese sentido”, complementa el periodista 3. En la misma línea, el periodista 6 cita un ejemplo clarificador: “Cuando Boric terminó con su polola, nosotros tuvimos que cubrirlo. Decir ‘soy periodista

político, cubro cosas serias’, ¡no! Te puede tocar un día la ruptura del Presidente o te puede tocar la muerte de alguien”.

Este valor cobra especial importancia en un frente como La Moneda, donde permanentemente están rebotando una diversidad considerable de temas: “Una gran catástrofe termina siempre en La Moneda. Balean a un carabinero, por supuesto, termina en La Moneda, entonces uno tiene que ser muy versátil en esto”, ejemplifica el periodista 1.

Un segundo elemento que se repite en los entrevistados es la posibilidad de ahondar en los temas con mayor detención y análisis. “El periodismo político creo que te obliga a analizar más, o de tratar de ver un poquito más debajo el agua, de tratar de leer entre líneas, de profundizar un poco más, de no quedarse con la cuña”, plantea el periodista 1, desterrando frases como aquella que asegura que ‘el periodismo es un mar de conocimiento con un centímetro de profundidad’.

El periodista 3 también refuerza esta idea: “El Gobierno puede decir algo que es lo políticamente correcto, pero piensa otra cosa, entonces tú tienes que llegar a lo que piensa. Ahí tienes que ser inteligente en leer qué es lo que está diciendo más allá de la declaración literal, sino cuál es el propósito de esto, cuál es la intención que tiene. ¿Qué piensa la ministra cuando dice esto? Leer mucho entre líneas, no quedarse con lo literal”.

Este último atributo se relaciona estrechamente con el impacto de los temas que se abordan en La Moneda, en cuanto a su legitimidad como centro de gobierno y de poder, tal como lo describe el periodista 7: “Todo eso es en base a relaciones, a negociaciones, a estrategias. Es como un juego de ajedrez, entonces cuando tú llegas a entender bien cómo es la política y a saber comunicar bien, lo disfrutas”. Dicha idea es reforzada por el periodista 5: “Esto es sin despreciar otros ámbitos, pero encuentro que es súper importante estar cubriendo el frente del poder, por así decirlo. Puedes entender por qué funcionan las cosas, cómo funcionan, para bien o para mal, y te da otra perspectiva de por qué se hacen ciertas cosas”, declara.

Como tercer elemento, los periodistas de La Copucha reconocen en su rol múltiples ventajas en el ámbito individual, pasando por el aprendizaje profesional hasta la proyección laboral en el futuro e incluso la posibilidad de asistir a las giras junto al Presidente. “Al final del día, si yo el día de mañana dejo de estar aquí, es valioso, al menos para un editor, que un periodista esté, en mi caso, arriba de la rueda mediática todo el rato con todos los temas”, dice el periodista 4.

Así lo ejemplifica este mismo punto el periodista 6: “Nadie tenía en el mapa que hasta ayer íbamos a volver a hablar de la Ley de Pesca con el tema de los peces. Ahí tienes que meterte en el tema, hablar con la gente, entonces te abre una bandeja muy importante de conocimiento, de conocer personas, conocer lugares y después, si quieres irte del periodismo, tienes hartito margen para hacer lo que quieras”.

En tanto, otro de los periodistas reconoce que lo máximo de trabajar en La Moneda, a nivel personal, es viajar con el Presidente: “Eso te da mucho mundo. O sea, yo en mi vida hubiese pensado en viajar, no sé, a Europa, a China. Nunca. Y lo pude hacer y lo he valorado mucho y he tratado de sacarle mucho provecho al tema, de tener mundo, de conocer otras realidades, tener temas de conversación”, relata.

“Consumir medios como si fuese el agua”

Los periodistas de La Copucha coinciden en que la clave para que un profesional llegue a ser parte del selecto grupo de periodistas acreditados y logre desempeñarse de forma adecuada en ese rol, tiene que ver con dos factores principales. Lo primero es la preparación en materia de conocimientos y actualidad. Por una parte, enfatizan la importancia del estudio y el rigor profesional, el “ser mateo”, para desempeñar un buen papel en un frente de tanta exposición, como es el palacio de gobierno. “Yo creo que los periodistas que están ahí son los mejores representantes de sus medios”, declara el entrevistado 4, agregando que llegar a La Moneda es imposible “si no es un buen periodista, si no está arriba de la rueda mediática, si no es el mejor entre los que conoce o si no destaca”.

Dicho rigor debe primar no sólo en los periodistas que aspiran a llegar a La Moneda, sino también a quienes desean mantenerse en el rol. “Quizás te pudieras equivocar en el Congreso o cubriendo salud, ya filo, pero cuando cubres La Moneda no hay espacio para equivocaciones. Un error te puede costar muy caro”, afirma el periodista 3.

Por otra parte, lo que más enfatizan los periodistas de La Moneda es la importancia del consumo intensivo y permanente de medios de comunicación. Básicamente, un reportero acreditado debe “ser adicto a los medios”, porque si no lo va a pasar mal y se va a decepcionar, tal como lo menciona el periodista 6. De igual manera, el periodista 4 agrega que quien desee ser parte de La Copucha “tiene que estar consumiendo medios de comunicación como si fuese el agua si es que quiere llegar a ese punto, porque el medio es súper competitivo y cuando uno se relaja, pasa el de atrás para delante”.

El periodista 7 lo describe de la siguiente manera: “No puedo desconectarme un día de lo que está pasando en la política, porque, como te digo, todo repercute en La Moneda. Entonces tengo que estar todo el día leyendo el diario de la mañana, después en la tarde, porque todo es como un reloj, avanza muy muy rápido”.

Varios de los entrevistados coinciden en que dicho consumo de medios no solo pasa por la prensa tradicional, sino que es relevante nutrirse de nuevos formatos y miradas diversas. El periodista 1, por ejemplo, menciona la importancia de observar “cómo se hace afuera, cómo se hace en otras regiones, cómo se hace en otros medios, qué formatos te parecen interesantes o cuáles no. Explorar hartito, si nadie nace sabiendo y todos tenemos que hacerlo en el proceso. Creo que es importante interesarse por cosas diversas y múltiples. Siempre es un aporte”. Por su parte, el periodista 6 va más allá en ese sentido: “No sé cómo va a ser en 10 años más este tema. No sé si van a existir los medios todavía o va a ser puro TikTok o Instagram”.

Mucho más que un trabajo

Uno de los aspectos más mencionados por los profesionales de La Copucha es el sacrificio personal que implica cubrir un frente tan demandante como La Moneda y la agenda del Presidente de La República. Tal intensidad de trabajo se manifiesta en la postergación de múltiples aspectos de la vida personal en función del cumplimiento profesional, lo cual se resume en la siguiente frase del periodista 3: “Debes asumir que ya esto no es solamente tu pega, sino que tienes que hacerlo parte de tu vida”.

“Creo que es triste decirlo. porque se da mucho esta discusión entre la pasión y un trabajo que es como este. Lamentablemente este trabajo requiere mucha pasión y mucho esfuerzo, mucho sacrificio”, manifiesta el periodista 2.

Así como estos profesionales reconocen el desgaste que implica estar arriba la rueda mediática de La Moneda, también apelan a la pasión por la actividad periodística que los impulsa a seguir adelante: “Para nuestros amigos, para la mayoría de la gente que conocemos, para la familia es incomprensible el nivel de apego que tenemos con esta pega y debes tener en cuenta eso, o sea, vas a estar acá 24/7, todos los días. Va a ser tu principal tema de conversación, vas a estar pegado al celular, vas a dejar de hacer cosas, vas a dejar de llegar a tu cumpleaños, pero eso significa también tener pasión por tu trabajo y si te gusta, maravilloso”, expresa el periodista 5.

Otro sacrificio está vinculado a la gran cantidad de tiempo que implican las giras presidenciales. “A veces yo me voy 10 días y uno se pierde muchas cosas también en las relaciones interpersonales, pero a uno le gusta esto y la familia también sabe que esto es así”, cuenta el periodista 7.

5.2 Análisis de entrevistas a nivel performativo

¿Hay rutinas en la cobertura de La Moneda?

En lo declarativo, ninguno de los periodistas entrevistados hace explícita la existencia de rutinas de cobertura, a excepción del caso particular de los días lunes o las semanas distritales del Congreso, donde el movimiento se concentra en La Moneda. “Es bien difícil definir una rutina” o “todo es muy impredecible”, son frases que se repiten ante dicha consulta. La particular agenda del mandatario impactaría directamente en este punto. “Bachelet o Piñera tenían horarios mucho más estables, o sea, nosotros sabíamos a qué hora llegaban y a qué hora se iban. Entonces nos podíamos ir tranquilos a la casa. El Presidente Boric es mucho más impredecible. O sea, él puede decir, ahora, oye, quiero ir al café de la esquina a tomarme un café y tienes que estar en el patio pendiente de lo que pasa”, asegura el periodista 5.

Sin embargo, los profesionales entrevistados sí logran dar cuenta de varios elementos en común que permiten configurar, a grandes rasgos, una rutina en la cobertura de La Moneda y la actividad presidencial. Particularmente, la jornada laboral suele comenzar más temprano para los periodistas de medios radiales, cuyo rol implica el desarrollo de despachos o lecturas conversadas para los respectivos noticiarios AM, entre las 6:30 y 8:00 de la mañana. Dicho espacio suele abordar el tema principal del día anterior y sus eventuales consecuencias para la jornada que inicia. Este contacto puede darse desde el domicilio del periodista o desde las dependencias de La Moneda.

La llegada general de los periodistas a Palacio fluctúa entre las 8:00 y 9:30 de la mañana. El eventual arribo anticipado del Presidente a La Moneda y la programación o no de pautas en dicho horario, son los principales factores que inciden en que los reporteros ocasionalmente adelanten el inicio de su jornada de trabajo.

Otro elemento transversal de la rutina de los medios acreditados es lo que se conoce como “hacer patio”, es decir, permanecer en los patios interiores de La Moneda atentos a cada uno de

los movimientos del Mandatario, sus ministros, asesores y personajes externos que llegan a Palacio. El periodista 5 indica que “un día normal es estar en el patio identificando las señales que entregan las autoridades para saber, finalmente, cuáles son las decisiones que van a tomar”. El periodista 4 lo ejemplifica con el siguiente caso: “Si hay un tema súper contingente, por ejemplo, el asesinato de un carabinero, se sabe que necesitamos la cuña de la ministra Tohá. Entonces, si ese es el caso, le tiramos el micrófono, como le llaman. Si ella pasa por el patio, se corre a donde está ella (...) corriendo con cable, con taco, con el café en la mano, con todo, se le mete el micrófono a la ministra y se consigue la cuña”.

Cuando en ocasiones no es posible estar en el patio, los periodistas recurren a distintas alternativas, como el uso de relevos o el apoyo en fuentes de confianza dentro de Palacio. “Yo trato de también guiarme bastante por las fuentes de patio, que van desde la secretaria hasta el Guardia de Palacio o la tía del aseo, a ese nivel. Es muy importante tener ojos afuera en el patio porque a veces uno no se da cuenta”, afirma uno de los periodistas consultados.

El lunes sin falta

Los periodistas de La Copucha, en su mayoría, coinciden en que uno de los días con más elementos rutinarios y, a la vez, con mayor movimiento, es el lunes. Partiendo por la llegada del Presidente Boric entre las 8:20 y 8:30 de la mañana, quien recibe los correspondientes honores de la Guardia de Palacio, los lunes se caracterizan por tener tres hitos clave que ocurren en La Moneda.

El primero de ellos es el Comité Político, encabezado por Boric y compuesto por los ministros a cargo de las carteras estratégicas para este gobierno. En la actualidad, este comité lo integran: la ministra del Interior y Seguridad Pública, Carolina Tohá; el ministro de Hacienda, Mario Marcel; el ministro de la Secretaría General de la Presidencia, Álvaro Elizalde; la ministra de la Secretaría General de Gobierno, Camila Vallejo; la ministra del Trabajo y Previsión Social, Jeannette Jara; y la ministra de la Mujer y Equidad de Género, Antonia Orellana.

Si bien el Comité Político es una instancia cerrada, convoca un alto interés de la prensa debido a que, por una parte, recoge los temas derivados de la semana anterior y, por otra, marca la pauta de la semana entrante para el gobierno. El periodista 1 describe de la siguiente forma la dinámica de reporte en torno al Comité Político: “Normalmente salen los ministros, en el patio tienes que agarrarlos si hay algún tema específico. Generalmente ahí están los temas más económicos, o si hay algo muy *heavy* que haya pasado el fin de semana, generalmente lo que pasa en los programas políticos. Y si ves la vocera o la ministra Tohá, tratas de agarrarlos”. En ese sentido, el “hacer patio” se suma al reporte que cada uno de los periodistas realiza con sus fuentes al interior de La Moneda. Muy ocasionalmente, el equipo de prensa de Presidencia emite imágenes y/o un comunicado oficial sobre la instancia del Comité Político.

Los lunes también tiene lugar el Comité Político Ampliado, donde el Presidente se reúne con los presidentes y representantes de los partidos de la coalición de gobierno. A propósito de esta instancia, el periodista 3 dice que es muy propio de los lunes “todo lo que tiene que ver con la convivencia política, sistema de alianzas, oficialismo, oposición, relaciones de la oposición con el Presidente”. Dicho aspecto ha cobrado especial relevancia en un gobierno marcado por los constantes conflictos y diferencias entre sus “dos almas”: Apruebo Dignidad¹³ y el Socialismo Democrático¹⁴.

Otra de las tradiciones del día lunes en La Moneda es la vocería de la ministra Secretaria General de Gobierno, Camila Vallejo, habitualmente programada en torno al mediodía. Sin embargo, esta instancia comienza a prepararse desde unas horas antes, con las conversaciones preliminares

¹³ Apruebo Dignidad (AD) fue la coalición política chilena de izquierda creada para la elección a la Convención Constitucional. Si bien fue disuelta en 2023, esta coalición permite diferenciar a los partidos del ala más a la izquierda del gobierno del presidente Gabriel Boric, compuesta por los partidos del Frente Amplio (Revolución Democrática, Comunes y Convergencia Social) y Chile Digno (Partido Comunista, Federación Regionalista Verde Social y Acción Humanista).

¹⁴ Socialismo Democrático (SD) corresponde a la coalición política de centroizquierda integrada por el Partido Socialista (PS), el Partido por la Democracia (PPD), el Partido Radical (PR) y el Partido Liberal (PL). Gran parte de esta fuerza política perteneció a otras coaliciones gobernantes como la Concertación de Partidos por la Democracia y la Nueva Mayoría.

entre el equipo de SEGEOB y los periodistas de La Copucha. “¿Con qué tema andas?” es la pregunta clave de cada lunes desde el equipo de la ministra Vallejo hacia la prensa.

Si bien los periodistas reconocen participar de esta dinámica, también mencionan la importancia de resguardar ciertos márgenes: “En algunas ocasiones hemos tenido que limitar nuestras intervenciones hacia ellos, precisamente porque creemos que se sobrepasa el límite y en algunas ocasiones hemos tenido que decir ‘vamos a decir solo el tópico o no vamos a decir nada’”, relata el periodista 7. “Ese es el muñequero, pues. A veces les sirve más a ellos, como para anticiparse, y a veces nos sirve más a nosotros. Pero es un constante muñequero que no está zanjado, que cambia con los días. Entonces, por ejemplo, en la buena onda le adelantamos un poco el tema, idealmente sin decir mucho la pregunta (...) ahí uno tiene que jugar también con lo que les dice a las chiquillas de Vallejo”, complementa el periodista 4.

Una segunda dinámica clave en la previa de las vocerías de la ministra Vallejo se da cuando los periodistas acreditados deben acordar las preguntas a realizar. “Siempre se alarga porque están mil horas viendo qué temas hay y qué temas no, y ahí hay que empezar a ver entre todos qué temas tenemos para, más o menos, ponernos de acuerdo. Generalmente hay entre siete a diez preguntas. Depende del día y de los temas que hayan”, dice el periodista 1.

El hecho de acordar preguntas entre los periodistas de La Copucha cobra especial relevancia más allá de la vocería de los lunes, sino también en las pautas donde participa el Presidente Boric, considerando las escasas oportunidades en que el mandatario responde consultas de la prensa. “Es muy de Moneda tener que ponernos de acuerdo. O sea, el Presidente pocas veces responde preguntas y cuando lo hace responde dos, tres. Si somos 15, comprenderás que o nos sacamos los ojos o encontramos la forma de hacer que podamos tener la mayor cantidad de temas (...) En el caso de la vocera es distinto porque ella tiene muchas más preguntas el lunes, entonces hay mucha más posibilidad desde que cada uno ve a pasar a las periodistas de la misma ministra consultando ‘con qué temas andas’”, agrega el periodista 1.

La Moneda: el “Ministerio de la Seguridad”

“Es como cubrir el ministerio de la seguridad. Moneda es siempre seguridad, seguridad, seguridad”. Así resume el periodista 3 lo que, finalmente, es un consenso transversal entre los reporteros de La Copucha, y es que “en este contexto de crisis de seguridad, de conmoción pública, a La Moneda siempre le cae ese peso encima sobre el hombro, que es atender esta crisis”, agrega. No hay dudas en que esta temática se tomó la agenda noticiosa del país a partir del gobierno del Presidente Boric y la cobertura de La Moneda no ha sido la excepción, independiente del medio que se trate y su formato.

Entre los factores que se configuran para que el tema de la seguridad tenga un rol protagónico, en primer lugar, se encuentra el florecimiento de delitos cada vez más violentos y la importación de un tipo de criminalidad inédita para lo que acostumbraba el país¹⁵; y en segundo orden, el desajuste que esta crisis generó en la actual administración, la cual llegó al poder sin esta problemática dentro de las prioridades programáticas, tal como lo resume el periodista 5: “La situación de seguridad del país explotó, por así decirlo, o se hizo mucho más presente en este gobierno. Era algo que, por ejemplo, no estaba en el programa ni en los planes, porque no se dimensionaba el nivel de situaciones de violencia o de inseguridad que había. Entonces, es una cosa que la agenda del gobierno ha tenido que tomar en el camino. Era algo que no tenían presupuestado”.

La sensación compartida de los periodistas es que la temática de seguridad no pareciera declinar de las pautas sino que, por el contrario, es un flanco que ha tendido a ampliarse: “Siento que se ha entrado como en un en un *loop* de seguridad como bien eterno, entonces ya no son solo asesinatos de carabineros, estamos hablando del Tren de Aragua, estamos hablando de

¹⁵ Según cifras de la Fiscalía Nacional, en 2023 hubo un incremento de un 8,4% de los delitos ingresados versus el año 2022, alcanzando un total de 1.552.289 delitos. Respecto a homicidios, en 2023 hubo 3.864 víctimas de este delito, tanto en su grado de consumado, como de tentativo y frustrado, 4,5% más que en 2022, representando un aumento de 177% en una década.

migración, estamos hablando de no sé cuántos asesinados los fines de semana. Los lunes en la mañana es típico el tema, típico. Estamos hablando de Fuerzas Armadas, estamos hablando de justicia militar, estamos hablando de reglas de uso de la fuerza, de RUF, entonces es un tema súper amplio que siempre está en la palestra”, expresa el periodista 4.

A juicio de los periodistas de La Moneda, dicha inclinación por las temáticas de seguridad, también está estrechamente relacionada con los intereses de las audiencias. Así lo reconoce el periodista 4: “Seguridad se vende como pan caliente. Todos los temas de seguridad. Entonces, si yo tengo enfrente a cualquier autoridad relacionada con seguridad, tiene que haber una pregunta sobre eso”.

Las volteretas y tensiones marcan la pauta

En segundo orden, entre los temas de interés periodísticos más mencionados en el marco de las entrevistas está el de las contradicciones del Presidente Boric y su gabinete respecto a su historia política reciente. El entrevistado 4 reconoce una “postura que tienen los periodistas de ser súper críticos con el Gobierno que sea, pero en este caso resaltan, por ejemplo, todas las volteretas (...) el tema de ser coherente con el discurso es algo que siempre está en la palestra”.

Las razones que esgrimen los entrevistados son múltiples para explicar este foco de interés. Por ejemplo, el periodista 3 explica que “el sistema súper presidencialista, por lo tanto, todo lo que haga el Presidente para nosotros es tema. Si él dice algo, si no lo dice, si hace este gesto, si no lo hace”. “Yo me imagino que es porque es un gobierno de un Presidente joven, más progresista, entonces siempre está vinculado a las volteretas”, dice por su parte el periodista 4.

En la misma línea, las tensiones y contradicciones de la coalición oficialista parecieran convocar el interés de los medios de forma habitual: “Siempre que el Gobierno se puede ver en una posición controversial, es de interés. Y bueno, además, como el gobierno es un asunto de

coaliciones que no necesariamente se formaron ni se forjaron juntas, el hecho de que estén peleando constantemente hace que haya muchas noticias con eso”, menciona el periodista 6.

En particular, el caso Convenios, los indultos presidenciales a los autores de delitos durante el estallido social y el dificultoso avance de reformas emblemáticas, como pensiones, son temáticas que han marcado la cobertura de los dos primeros años de gobierno.

Conflicto y consecuencia como ejes rectores

En cuanto a los criterios de noticiabilidad, estos varían ampliamente según el medio y el respectivo enfoque editorial. No obstante, el concepto que más se menciona es la relevancia de los temas, desde el punto de vista de su impacto, lo que en la categorización de Warren (1975) calza con el criterio de consecuencia. “Aquellos temas que son de mucha relevancia, terminan casi siempre en La Moneda. Y si son temas muy relevantes, se cubren”, dice el periodista 1.

Aun cuando el impacto o alcance de un tema pareciera ser un valor intrínseco a cualquier medio de comunicación con vocación de masividad, el periodista 2 recalca que a veces este criterio que siempre se debe visitar y traer a colación a nivel editorial: “Creo que es muy importante la relevancia, no quedarse en lo chico siempre, porque de repente el buscar algo diferenciador te puede llevar a algo muy chico”.

¿Pero a qué nos referimos con “consecuencia”? Principalmente a las repercusiones que puede tener un tema para el gobierno y para el país, ya sea a nivel nacional o internacional. El periodista 5 lo resume de la siguiente manera: “Nos basamos en los criterios de cuán relevante podría ser esta situación en el futuro, también, como cuán relevante es para el país, cuán relevante es para las relaciones diplomáticas”.

Asimismo, este entrevistado enfatiza el rol editorial para diferenciar una noticia en términos de impacto concreto para el país de aquello que puede resonar en términos de popularidad: “Vemos

ese potencial de repercusión frente a los temas que realmente tengan importancia en la pauta, en la agenda nacional, que puedan generar, por ejemplo, el día de mañana, ruptura en las relaciones diplomáticas. No, por ejemplo, cuando el diputado tanto dice que es el *sheriff* de la seguridad. Se establece cierto criterio para ver qué es lo relevante, qué no y qué cabida le das a ciertas cosas, porque hay otras que también pueden ser muy populares, pero que dentro del tema noticioso o relevante no tienen ninguna relevancia real”.

También se releva ampliamente el componente de conflicto, donde las repercusiones de un suceso no siempre son suficientes para transformarse en noticia. Para eso se recurre a los elementos propios de la narrativa dramática, bajo la noción de *agon*, con la existencia de protagonistas, antagonistas, conflictos y desenlaces (Puente, 1997; Borrat, 2000). El periodista 3 lo define de la siguiente manera: “Un tema necesita tener un conflicto. Me dificultaría hablar 10 minutos de pura noticia buena, finalmente. Es lamentable, pues me gustaría que salieran más noticias buenas, pero el sistema de los medios se mueve un poco así. Tienes que buscarle el conflicto a todo”.

El periodista propone, la noticia del día dispone

Los periodistas de La Moneda tienen un rol activo en la construcción de la pauta y los temas en que focalizarán su reporteo del día, pero el margen temático que tienen para moverse es limitado. Los factores son variados y se potencian entre sí para restringir el abanico de posibilidades editoriales.

Por ejemplo, el periodista 3 recalca que quedar excluido de un tema que todos los medios están llevando, puede costar caro: “Los editores nos preguntan mucho qué nos parece un tema, si es bueno o no. Y también preguntan mucho qué están armando el resto. Los medios igual están mirando para el lado siempre, para ver si es que los temas son los que se pensaban. Más que una tendencia a copiarse, lo hacen para no quedar abajo”, cuenta.

Otro factor pasa netamente por el interés de la audiencia y, por ende, el poco impacto comercial que podrían tener temas con menor atractivo desde lo masivo. “Es difícil para mí proponer temas nuevos si el tema no se vende”, asevera el periodista 5. A su vez, los periodistas de La Moneda se ven enfrentados a diario a temas que, difícilmente, puedan dejar afuera de la pauta porque son temas de alta viralización, “como que los parlamentarios se agarraron a combos en el Congreso o la doctora Cordero dijo una pachotada y Axel Kaiser le respondió en un programa. Esas cosas son bien oreja. En general les va bien y a la gente les queda. En un medio online tiene muchos clics o en una noticia en la tele le va muy bien. Es difícil no llevar esos temas”, relata el periodista 1.

La falta de espacio o los escasos minutos al aire también influyen en que los periodistas de La Moneda tengan un rango limitado para innovar en la pauta: “De que hay margen para proponer, hay margen. Uno puede proponer muchas cosas, pero en las pautas de los medios, en general, los tiempos son súper acotados. Entonces, si bien se puede proponer un tema para profundizar ciertas cosas, hay que atenerse también a lo que está sucediendo en el día, a la noticia del día, a lo más importante de la jornada”, explica uno de los periodistas. En la misma línea, otro de los consultados reconoce que, debido a la falta de espacio, “es difícil salirse de la pauta con algo que tú llames ‘disruptivo’, pero si es algo ultra noticioso, se lleva nomás. Entonces es como un doble desafío”.

En voz de los periodistas de La Copucha, el rango para proponer nuevos temas también depende del formato del medio: “Para la radio y la tele hay estructuras mucho más cerradas para proponer temas que en los diarios, que en el escrito”, ejemplifica uno de ellos.

¿Investigación periodística?: pastelero a tus pasteles

El estrecho margen para innovar en la pauta se ve aún más restringido si se trata de realizar investigaciones periodísticas en profundidad. “No es nuestro rol”, explica el periodista 5. Y es que independiente de las facilidades que tienen los profesionales de La Copucha para estar en pleno

palacio de gobierno y reportear in situ lo que allí ocurre, su foco está determinado por la noticia del día a día. “No es que con eso dejemos el análisis de lado, ni la suspicacia, ni nada de eso, pero finalmente nuestro rol es tener la pauta diaria”, resume el periodista 3.

En este caso, la mayoría de los periodistas coinciden en la imposibilidad de hacerse cargo de investigar a fondo, independiente del formato del medio. “La Copucha o las noticias de Moneda tienden a cubrir mucho el día a día. Incluso los diarios, donde a veces son un poco más reposadas las noticias”, analiza el periodista 1.

El tiempo y el desgaste que implica la labor investigativa, es uno de los motivos más comentados entre los profesionales entrevistados. “El periodismo de investigación exige tiempos a los que estoy imposibilitado para meterme. Jamás podría darme el lujo de estar una semana trabajando un tema”, dice el periodista 2. Así lo ejemplifica el periodista 6: “Yo podría ir a tomarme un café o ir a juntarme con alguien y, ponte tú, llega Juan Andrés Lagos¹⁶, lo ven en La Moneda y yo no estoy. Te arriesgas a qué pasen ese tipo de cosas. Te puedes tomar veinte cafés con fuentes, pero ¿qué pasa si a La Moneda llega un tipo y no lo tienes tú y sí lo tiene el de la competencia?”.

Entre los entrevistados, hay periodistas que colaboran con investigaciones realizadas por otros equipos dentro de sus propios medios, aprovechando su acceso a fuentes y datos al interior del palacio de gobierno. Sin embargo, en ningún caso son investigaciones lideradas o gestadas desde La Copucha.

La importancia y la factibilidad del golpe periodístico

Al ser consultados por el golpe periodístico y su relevancia en el trabajo en La Moneda, los periodistas entrevistados dan cuenta, en primer lugar, de distintas conceptualizaciones de lo que

¹⁶ Juan Andrés Lagos es un periodista, militante del Partido Comunista y exasesor de la Subsecretaría del Interior durante la primera mitad del gobierno de Gabriel Boric. Fue removido del cargo en junio de 2024 tras una serie de polémicas por declaraciones y actuaciones públicas en defensa del régimen venezolano de Nicolás Maduro y en apoyo del detenido exalcalde de Recoleta, Daniel Jadue, entre otros episodios.

es o no un golpe. Por una parte, hay periodistas que asocian el golpe con la mera anticipación o exclusividad temporal sobre un tema. Por otro lado, hay periodistas con estándares más estrictos a la hora de catalogar una exclusiva o acierto informativo como un golpe.

Por ejemplo, el periodista 6 lo define de la siguiente manera: “Para mí el golpe es algo que cambia la agenda del país por completo, como el caso Caval o la operación Huracán. O temas que cambian el rumbo de cierto sector, como la caída del Hermosilla. Para mí esos son golpes. Los otros son aciertos, datos que podrías tener, que son interesantes”. Similar es lo que manifiesta el periodista 3 al respecto: “Muchos creen que por adelantar un comunicado 10 minutos antes de que salga ya es golpear y para mí un golpe es que renuncia tal autoridad, una cosa ‘cotota’, una cosa que marque pauta. Pero adelantar un comunicado no me parece un golpe”.

Respecto a la importancia del golpe periodístico dentro del ejercicio profesional, tampoco hay mayor consenso entre los periodistas de La Moneda que fueron entrevistados. Un segmento de los entrevistados valora el golpe como una forma de validarse profesionalmente ante las audiencias y las propias fuentes, generando respaldos que son clave para la cobertura de un frente tan hermético como La Moneda. “El golpe, por lo menos para mí, es generar una suerte de confianza de que tú estás reportando un asunto y que eres una persona con la capacidad de poder dar a conocer un tema complejo fehacientemente”, acota el periodista 5.

El periodista 7, en tanto, releva el golpe desde el punto de vista de la diferenciación editorial: “Siempre es bien visto el hecho de que un periodista marque su propia pauta. Que no se deje llevar o que no comparta la información con otros colegas, que se desmarque también de lo que es el día a día”.

En esa misma vereda, otro de los periodistas destaca que el golpe no solo es un bien deseable, sino también una exigencia de su labor: “Creo que siempre es importante. Cambios de gabinete, estar encima de las renunciaciones, de las decisiones más importantes (...) es parte de lo que me piden en mi trabajo, o sea, es uno de los objetivos que tengo”.

Para otro grupo, el golpe no tiene mayor relevancia desde el punto de vista de las audiencias y sólo sería un vehículo para una validación dentro del mismo gremio. “En el ideal, yo creo que el golpe no es vital, pero pasa por unas ganas de que tus jefes, al llevarles un material exclusivo que nadie más tiene, te digan ‘bien hecho’. No siento que sea vital para el ejercicio del periodismo, todo lo contrario. Como te digo, creo en el trabajo colaborativo”, puntualiza el periodista 4.

En la misma sintonía, el periodista 1 es crítico respecto al afán excesivo por golpear: “Creo que es más una cosa que nos emociona y genera palmaditas en la espalda entre los mismos periodistas. Yo no sé si a las personas les importa mucho si la noticia salió a las 7:05 o a las 7:10. O sea, le importa a los editores y le importa a los periodistas, pero para mí no es un tema”.

Sobre la factibilidad del golpe, la mayoría de los entrevistados coincide en que, pese a la inmediatez y democratización de la información de la mano de las redes sociales, el golpe periodístico sigue siendo posible en el ejercicio profesional dentro de La Moneda. El periodista 6 lo resume de la siguiente manera: “Por el frente tuyo pasan ministros, pasan embajadores, pasa el Presidente, entonces se puede. Hay más competencia y las redes sociales lo hacen un poco más difícil, pero se puede”.

Sobre este punto, el periodista 2 desmenuza cuáles son las implicancias del contexto digitalización informativa en la capacidad de golpear: “Hay muchos más medios, hay mucha más inmediatez, los políticos se aguantan menos, lo escriben todo en sus redes sociales. Es más fácil que las noticias se abran rápido, o sea, aguantar algo cuando lo hemos tenido que hacer no es tan fácil, pero creo que sí el golpe es factible. Siempre es factible y se logra con hartito trabajo. Hay días buenos y días malos, pero si uno es consistente, igual va a lograr sacar un contenido diferenciado que por lo menos sea un acierto y, a veces, un golpe”, relata.

En este escenario, aun cuando es factible golpear, el panorama mediático ha acortado significativamente el ciclo de un golpe periodístico: “Te dura súper poco ese golpe, es súper

rápido y difícil golpear. No pasa como antes, que era muy mucho más exclusivo o que se daba con más frecuencia en algunos medios. Ahora es súper complejo, no solamente La Moneda, sino que en general”, declara el periodista 5. El periodista 7 va más allá, asegurando que el golpe se da cada vez menos en todos los medios a causa del manejo comunicacional y relacional del gobierno: “Yo creo que tienen un recelo o un cierto temor con el tema de las filtraciones y eso es una orden que viene del Presidente Boric”, asegura.

El clima al interior de La Copucha: entre la competencia y la cooperación

La mayoría de los periodistas de La Copucha coinciden en que se trata de un frente de gran competencia a nivel profesional. Sin embargo, hay una tendencia a desmarcarse del afán competitivo en las respuestas de los distintos entrevistados, atribuyéndolo a terceros. Por ejemplo, uno de los periodistas entrevistados menciona que “hay otro grupo, que tampoco es que nos tengamos mala, pero sí son grupos diferentes (...) en que sí se ve un poco más de competencia, del no pasarse cuña, el de esperar hasta última hora a ver si sale la autoridad para tener tú la cuña”. “Yo diría que los más competitivos son los de la tele. Creo que la televisión es donde se ve más competencia por la imagen principalmente, no por el golpe”, declara otro de los profesionales.

Una de las instancias en donde se ve mayormente expresada dicha competencia es en los puntos de prensa del Presidente sobre quién hace las preguntas, situación que ha marcado mucho el trabajo de los medios durante la administración Boric: “Esa es una competencia, porque en la mayoría de los puntos de prensa que tiene el Presidente, que no son habituales, son mensuales o muy rara vez son dos al mes, el máximo de preguntas son 3. O sea, hay ahí una negociación por las preguntas y una negociación por quién las hace”, puntualiza el periodista 2.

En esta dinámica también cobran protagonismo las alianzas entre ciertos grupos de profesionales. El periodista 1 lo describe como una relación particular, que al mismo tiempo sí es de bastante competencia, donde se generan alianzas, ciertas divisiones y diferencias

importantes: “Yo puedo sacar una cuña en algún lugar equis y realmente se lo voy a pasar a alguien con quien soy más aliado, pero al otro probablemente no se lo voy a pasar. Y el de más allá también, cuando saque algo, lo trata de sacar ‘piola’ para que no me lo muestre a mí”, ejemplifica.

Sin embargo, los periodistas destacan que el trabajo de La Copucha también incluye un trabajo colaborativo entre los colegas a la hora de reportear, tal como lo ejemplifica el periodista 4: “Hay otro grupo grande de periodistas que funcionan de manera colaborativa. Entonces, si yo veo que está pasando rapidito Carolina Tohá de una oficina a otra y el tema de seguridad es algo que ha estado sonando toda la mañana, por los millones de grupos (de WhatsApp) que tenemos, escribo: ‘Está pasando ahora Carolina Tohá por el patio, salgan’. Y es como, ‘OK’ y salen todos corriendo. Hay que matizar”.

Por lo tanto, la relación en la interna de La Copucha se mueve entre una convivencia amena, acciones de colaboración, pero respetando ciertos márgenes de competencia profesional, tal como lo describe el periodista 5: “Hay una relación súper cordial. Nos vemos todos los días. Somos más que un curso de colegio, porque la cantidad de tiempo que pasamos juntos es demasiado. Entonces nos conocemos súper bien, pero también respetamos los espacios de que a veces uno tiene cosas que el otro”.

El Presidente y el off the record

Las desavenencias entre el Presidente Gabriel Boric y la prensa son de público conocimiento y los periodistas de La Moneda, en mayor o menor medida, lo resienten. La explicación predominante entre los entrevistados es la visión de desconfianza sobre los medios tradicionales que históricamente ha primado en el sector político del mandatario. “El Frente Amplio siempre se caracterizó por ser una cosa más o menos cerrada y el mismo Partido Comunista también, quizás siempre con el pensamiento de que los medios tradicionales y opositores siempre están con el ánimo de ‘cagárselos’ o de sacarles cosas que a ellos no les gusten”, reconoce el periodista 6. “La

impresión que tienen ellos de nosotros es que somos como pirañas, que no respetamos nada ni nadie por sacar adelante nuestro trabajo”, agrega el periodista 4.

En el caso del Presidente, esto se ha materializado en una decisión comunicacional que diferencia absolutamente al Presidente Boric de sus antecesores, como es la negativa a realizar *off the record*. Una definición que el mandatario ha explicitado en instancias públicas y privadas. “Nosotros pedimos más off para poder darle contexto y para también funcionar como una contraparte para tener mayor relación con Presidencia, pero en particular el Presidente tiene una convicción especial de que él no da off”, cuenta el periodista 3.

El periodista 1 ejemplifica con el siguiente caso: “Todos los presidentes arriba del avión presidencial van, te saludan y hablan un rato en off con los periodistas. Acá cero. Va a hablar dos segundos, pero de cualquier tema menos de los asuntos importantes, porque no hace off. Entonces eso dificulta un poco las cosas, creo yo”.

Según relata el periodista 5, la noción del Presidente sobre el *off the record* incide fuertemente en su posición, ya que concibe la herramienta netamente como una fuente de chismes o, en sus palabras, de ‘copuchenteo’: “Él ve en el off eso, que la gente se esconde para decir lo que quiere decir realmente”.

“Nosotros le tratamos de explicar que no es así, que la idea es que él profundice en que si va a sacar la estrategia nacional del litio, podamos saber para qué quiere sacarla o si ya habló con los parlamentarios, si ya tiene una base de apoyo en el Congreso”, cuenta el periodista 5 respecto a las ocasiones en que los representantes de la prensa han dialogado e intentado negociar con Boric respecto a la utilización del off. “Ahí es cuando le hace un poco de sentido el tema de que el *off the record* no es solo para hablar mal de ti o hablar mal de Pepito y ‘cagármelo’ por la prensa. También es para explicar cosas”, complementa el periodista 6. No obstante, el jefe de gobierno no ha cedido en este punto.

Ya habiendo transcurrido más de dos años de gobierno, esta situación parece ser asumida por los periodistas de La Copucha con un cierto grado de resignación. “Uno tiene que aceptar de que ya el presente tiene ese estilo, que él no habla en off, por lo tanto, uno deduciría que es completamente transparente en todo lo que él dice”, reflexiona el periodista 3.

Asimismo, los periodistas recuerdan que esta decisión estratégica de evitar el off también permeó a otras autoridades, entre las cuales sí se ha notado una flexibilización en la materia: “Han habido cambios positivos porque este Gobierno al principio partió prohibiendo el *off the record*, o sea, le decían a sus autoridades que no podían tener *off the record* para abordar distintas situaciones, que eso es no saber cómo funcionan los medios y perder el control de la agenda”, manifiesta el periodista 2.

La segunda derivada de la relación entre el Presidente y los medios tiene lugar, justamente, en los puntos de prensa donde se contestan preguntas formuladas por los periodistas. De partida, la totalidad de los entrevistados hace referencia a las escasas oportunidades en que el mandatario responde preguntas de la prensa, lo que se ha vuelto una constante durante la cobertura de la gestión Boric.

De forma categórica, el periodista 4 manifiesta que “el Presidente no habla nada, sólo quizás en la gira, pero no acepta preguntas nunca. Los temas se van juntando y al final, cuando habla, hay 80 temas que no se solucionaron hace un mes porque hace un mes que no habla. Entonces hay que reflotar temas todo el rato”.

De igual manera, la mayoría de los periodistas entrevistados reparan en la forma de contestar que en ocasiones utiliza el Presidente. “Es muy habitual, si haces un repaso en las conferencias de prensa del Presidente, que cuestiona las preguntas que le hacen”, relata el periodista 2. Por su parte, el periodista 1 admite que “es un Presidente que, si bien es cercano con la gente, es empático y tiene esa sensibilidad, con los medios no es tan así, entonces cuesta un poco entrarle”.

El periodista 7 va incluso más allá en este análisis y cree que el profesional de la prensa, hasta el día de hoy, sigue siendo visto por el mandatario como un enemigo: “A él no le gustan los periodistas, no le caemos bien por más que lo intente. Yo veo que a veces él intenta acercarse a nosotros, conversar, echar un poco la talla, pero no lo logra”. Y es que, a pesar de ser afable en lo cotidiano, el Presidente no tendría la mejor recepción ante preguntas incómodas para su gestión. “Cuando le sacan los choros del canasto, ahí deja de ser tan distendido”, relata el periodista 4.

La Dirección de Prensa de Presidencia

De forma generalizada, los periodistas de La Copucha ven en el equipo de prensa de Presidencia una contraparte con la cual han tenido varias dificultades. “Este gobierno tiene una relación con la prensa que no es tan cercana, que suele ser de bastante desconfianza, de siempre creer que uno se lo va a joder o va a querer buscar la forma de hacerle pisar el palito. Y a veces simplemente hay una pregunta sensata o el hecho de que les gusta que los periodistas interpelen, pero ojalá no a ellos. ‘A cualquiera menos a mí’”, dice el periodista 1.

Esta relación se ha manifestado en distintas situaciones, entre ellas, el excesivo secretismo desde los equipos cercanos al Presidente. “Las comunicaciones cada vez están más encerradas y protegidas, todo a través de los equipos de comunicaciones. Y eso es una valla que hay que tratar de saltarse siempre, que es un desafío habitual”, cuenta el periodista 2.

Sin embargo, los periodistas de La Copucha, transversalmente, hacen una distinción entre las gestiones de Tatiana Klima (marzo 2022 - diciembre 2023) y Nicole Vergara (diciembre 2023 - actualidad) al mando de la Dirección de Prensa de la Presidencia. Algunos de ellos hablan explícitamente de un antes y un después tras la salida de Klima.

En términos prácticos, la mayoría de los profesionales acreditados asegura que vieron dificultado su trabajo durante el primer periodo debido al escaso flujo de información desde La Moneda. “A mí me descolocó un poco la relación con el primer equipo de Presidencia, porque había cosas que yo no entendía que no funcionarían bien, que eran cosas muy básicas, como que no te entregaran la minuta de una actividad o el audio del Presidente después de que hablara, que son cosas que siempre han existido y que en ese minuto no te las entregaban”, relata el periodista 5.

Algunos de los entrevistados mencionan que el carácter y estilo de liderazgo de Klima mermó la relación de Presidencia con la prensa acreditada. “La Tati era más dura, no podías hacerle muchas preguntas. Era mucho más dura en contestar”, relata el periodista 3. El periodista 4 refuerza dicha teoría, describiéndola como una “mujer de hierro”: “Era como ‘oye Tati, ¿dónde va a estar el Presidente hoy día en la noche?’ y respondía que él ya no tenía más reuniones e iba a estar en su casa. ¡Pum! y a las 8 de la noche aparecía en Magallanes. Nadie nunca supo, nadie nunca lo cubrió”.

El periodista 6, en tanto, atribuye los traspiés del primer periodo a la falta de fogeo y experiencia, considerando que “fue el primer equipo, el primer equipo de todos, el de la instalación, de La Moneda chica. Y ellos aprendieron sobre la marcha, como todos los equipos de prensa de todos los presidentes, cometiendo errores, con una relación a veces tensa con nosotros”, expresa.

En opinión de los periodistas entrevistados, el arribo de Nicole Vergara como directora de comunicaciones del Presidente Boric habría descomprimido las tensiones con la prensa acreditada, mejorando los flujos de información.

“Cuando cambia el equipo de Presidencia, todas las cosas que teníamos que pedir a cuentagotas, como las minutas, como los discursos, etcétera, llegaban antes de pedirlos. Entonces, bajó todo ese nivel de tensión y la comunicación es súper fluida. Cuando preguntamos algo, dentro de lo que te pueden responder en el instante, te lo responden”, relata el periodista 5. Esta idea es

respaldada por el periodista 7: “Ahora cuesta menos preguntar y que me respondan rápido. Son muy respetuosos con nosotros, nosotros con ellos también, pero está muy limitado a eso, a nuestros roles. Nosotros entendemos cuál es la pega de ellos y ellos entienden cuál es la pega de nosotros”.

Los periodistas de La Copucha también hacen la distinción respecto al estilo de liderazgo de Vergara: “Nicole es más relajada. Es más accesible en el cotidiano”, describe el periodista 4. Este cambio de timón ha facilitado las condiciones de trabajo para los periodistas acreditados: “No ha habido grandes problemas y es un equipo que yo considero que quiere ayudarte para que las cosas salgan. Da lo mismo lo que tú que escribas de ellos, del gobierno, pero tratan de ayudarte para que salga la información más precisa”, resume el periodista 6.

Para el periodista 7, esta evolución pasa por un aprendizaje de los equipos respecto a cómo sostener un relacionamiento adecuado con la prensa: “Es entender la importancia de cómo llevarse con los medios de comunicación, de entender la importancia de respetar al periodista y de cómo eso podría influir después al Presidente”, concluye.

Rodeando a La Moneda

La mayoría de los periodistas de La Moneda reconocen una alta presencia de fuentes externas a Palacio en su reporteo diario, las cuales pueden ser citadas directamente en sus notas, o bien, sirven de contexto para profundizar sobre ciertas temáticas de interés editorial.

De hecho, algunos de los entrevistados ponen en alto valor a las fuentes externas al gobierno, precisamente, porque resultan ser el origen primario de la información, más allá de actuar como fuentes complementarias o de contraste. “A veces se llega a cosas de La Moneda hablando con gente que no está allí (...) hay que rodear a La Moneda y no tanto ir a la fuente directa porque sabes que no te van a decir la verdad”, cuenta el periodista 6.

Otros entrevistados recurren a las fuentes externas especialmente cuando la jornada en La Moneda no es suficientemente noticiosa. “Tengo que echarle algo a la olla todos los días sí o sí, por lo tanto, puedo estar trabajando en La Moneda, pero reportando por el teléfono, llamando. La fuente externa igual está bien presente, al menos en mi rol”, dice el periodista 3.

En ese sentido, las fuentes externas más presentes provienen del mismo mundo político, particularmente del Congreso, tal como indica el periodista 1: “Hablamos todos los días con los parlamentarios, con senadores y diputados, con sus asesores, con sus periodistas. Eso es súper habitual”.

Los partidos oficialistas también son una fuente recurrente para los periodistas de La Moneda, más allá de la concurrencia al Comité Político de los días lunes. “(Conversar con el oficialismo) me ayuda a entender, primero, qué pasa, por ejemplo, con la unificación del Frente Amplio, con RD, con Convergencia Social. Me permite saber qué es lo que piensan, quizás, voces disidentes al gobierno dentro del partido del Presidente”, cuenta el periodista 4.

Por su parte, los partidos de oposición no quedan atrás en el reporte con fuentes externas a Palacio. “A La Moneda va mucha gente que no es de ahí y se entera de cosas. Si te contara de lo que yo me he enterado por gente de la oposición, porque tiene relación de años con gente que está en el gobierno”, ejemplifica el periodista 6.

Otras instituciones como Carabineros, la PDI o el Ministerio Público, también cobran relevancia en el uso de fuentes que realizan los periodistas de La Copucha, especialmente en el contexto de la crisis de seguridad y su preponderancia en la pauta.

Autorreferencialidad mediática

El hecho de consumir medios de comunicación a toda hora es una práctica reconocida por la gran mayoría de los entrevistados. El objetivo primario de este ejercicio es mantenerse al día de todos los avances, declaraciones y repercusiones de los temas vinculados a La Moneda. En segundo lugar, estar atento al resto de los medios permite monitorear lo que publica la competencia y tomar decisiones editoriales en base a ello.

Finalmente, otra de los usos que dan los periodistas al material de otros medios de comunicación es la generación de contenido vinculado a dichos espacios, alimentando así las preguntas del día para las autoridades de La Moneda o nuevas miradas en el reporte, tal como lo cuenta el periodista 7: “Me levanto y lo primero que hago es prender el teléfono y ver el diario para ver si es que se me pasó algo, si es que viene algo nuevo o qué puedo proponer hoy día a mi editor. Yo también creo que es importante ser muy creativo para proponer temas y para proponer enfoques”.

En ese sentido, los profesionales de La Copucha mencionan a los diarios (diurnos y vespertinos), las entrevistas radiales de la mañana y los programas políticos del fin de semana, como aquellos segmentos periodísticos que mayormente marcan pauta y alimentan sus propios reportes.

5.3 Roles profesionales en la concepción de la actividad

Rol intervencionista

A nivel evaluativo, el rol intervencionista se manifiesta únicamente a través de la importancia otorgada por los periodistas de La Copucha al papel que juega la interpretación de los hechos. De forma mayoritaria, los periodistas ponen en valor la capacidad de “descifrar señales” y “leer entre líneas” como un atributo necesario para la cobertura política, sobre todo en un frente tan relevante como es La Moneda. Asimismo, la posibilidad de profundizar y dar una segunda vuelta a los hechos y declaraciones es mencionada por los entrevistados como un atributo positivo del periodismo político respecto a otras áreas de cobertura.

A su vez, el rol intervencionista aparece relevado entre los referentes periodísticos destacados por los entrevistados, en cuanto a su estrecha vinculación con el género de opinión, como es el caso de Mónica Rincón, Fernando Paulsen e Iván Valenzuela. Se trata de periodistas que son reconocidos públicamente por su mirada crítica, plasmada actualmente en entrevistas en profundidad y el desarrollo de editoriales televisivas y/o radiales.

Por otra parte, a nivel evaluativo, no es posible detectar otros factores propios del modelo intervencionista en la concepción del rol profesional, como es el uso de la primera persona, la adjetivación o la propuesta y/o demanda de cambios.

Rol vigilante o watchdog

A nivel evaluativo, hay una amplia valoración del rol fiscalizador y la capacidad de cuestionamiento dentro del ejercicio periodístico en La Moneda, estrechamente vinculado con el nivel de profundización y análisis sobre los temas y la importancia de no limitarse al mero contenido entregado por el gobierno en las pautas noticiosas.

Asimismo se menciona la relevancia de investigar más allá sobre los distintos asuntos que repercuten en Palacio, lo que implica acudir a fuentes externas como el Congreso, los partidos políticos, Contraloría, Fiscalía o a herramientas como la Ley de Transparencia. En materia de referentes, hay una valoración de los espacios de denuncia e investigación periodística más icónicos de la televisión chilena (Informe Especial y Contacto), como también se destaca a periodistas del ámbito investigativo como Mónica González, María Olivia Mönckeberg o Santiago Pavlovic.

No se detectan menciones a otros atributos propios del modelo vigilante, como la crítica o el conflicto.

Rol leal-facilitador

Desde el ámbito evaluativo, el único elemento vinculado al rol leal-facilitador es la importancia otorgada al cuidado en el trato hacia las propias fuentes, la capacidad de “tener tacto” con quienes, estando en el poder, entregan insumos para el reporte de los periodistas de La Copucha.

No hay mención a la gran mayoría de los atributos asociados a este modelo como, por ejemplo, el apoyo a políticas o actividades de la elite, el resguardo de la imagen positiva del poder, la promoción de la imagen país, los triunfos nacionales y la relevancia de los mismos en comparación con el resto del mundo.

Rol cívico

Dentro de la concepción del rol profesional, los entrevistados dan cuenta de dos atributos asociados al modelo de periodismo cívico. El primero guarda relación con la entrega de información de contexto sobre el comportamiento del mundo político, como es el caso de la figura presidencial y su gabinete, lo cual permite entender cómo funcionan las cosas y por qué ocurren ciertos hechos.

El segundo elemento se vincula a la educación hacia las personas sobre sus deberes o derechos ciudadanos, en cuanto a la capacidad de vincular los temas políticos con el impacto concreto en lo cotidiano, lo cual es un atributo positivo del rol profesional y que es mencionado durante las entrevistas.

No se detecta mención alguna a otros atributos del modelo cívico y que se relacionan a las perspectivas y preguntas ciudadanas, actividades de la sociedad civil, así como el apoyo a movimientos y demandas de la ciudadanía. La mención al impacto local o regional tampoco es un elemento presente a nivel evaluativo dentro de las entrevistas.

Rol de infoentretenimiento

A nivel evaluativo, el modelo periodístico de infoentretenimiento se manifiesta en la relevancia otorgada al manejo de múltiples temáticas más allá de la política propiamente tal, lo que podría incluir aspectos personales de las autoridades involucradas.

No hay mayor referencia evaluativa a otros atributos asociados a este rol, como es el sensacionalismo, el escándalo, las emociones o el morbo.

Rol de servicio

El único elemento propio del modelo periodístico de servicio que se declara a nivel evaluativo, es la importancia otorgada a la capacidad de traducir los temas políticos a un lenguaje simple para transmitirlos a la audiencia y así explicar su impacto en la vida cotidiana de las personas.

En tanto, la entrega de consejos o recomendaciones no figura entre los ítems mencionados por los periodistas respecto a su concepción del rol profesional como parte de La Copucha.

5.4 Roles profesionales en las rutinas periodísticas

Rol intervencionista

A nivel performativo, el rol intervencionista sigue asociado al ámbito de la interpretación. La mayoría de los periodistas entrevistados realizan coberturas que incluyen móviles con análisis, lecturas conversadas, crónicas en profundidad, entre otros formatos propios del género interpretativo.

La narración periodística también está estrechamente vinculado con el quehacer de los reporteros de La Moneda, donde el uso de la adjetivación y la primera persona como recurso para la representación de distintas situaciones, es algo mencionado por algunos de los profesionales.

Respecto a los demás atributos del rol intervencionista, los periodistas de La Copucha no hacen mención al uso del género de opinión o la propuesta y/o demanda de cambios dentro de su quehacer cotidiano.

Rol vigilante o watchdog

En el ámbito performativo, el rol vigilante aparece sumamente presente en distintos aspectos de la praxis periodística de La Copucha. Respecto a los criterios de noticiabilidad, se menciona ampliamente el conflicto como uno de los factores más relevantes a la hora de construir la pauta. A su vez, los temas más frecuentes guardan relación con seguridad, coherencia de la figura presidencial y tensiones dentro de la coalición de gobierno.

La cobertura de cada uno de estos temas cumple con una serie de atributos propios del modelo vigilante. Por ejemplo, los conflictos y polémicas noticiosas usualmente implican la cita a cuestionamientos, críticas y denuncias contra el gobierno y la figura presidencial, mayoritariamente en voces de terceros. A su vez, el uso frecuente de fuentes externas a La Moneda en dicho reporteo facilita la configuración del modelo *watchdog*.

Temas frecuentes como el caso Convenios, por ejemplo, han involucrado la mención a investigaciones de terceros y procesos judiciales en contra de figuras vinculadas al poder. En tanto, las noticias sobre seguridad están asociadas permanentemente a cuestionamientos de la oposición y la ciudadanía hacia la gestión del gobierno en la materia.

Otra característica del modelo vigilante es la existencia de conflicto o confrontación entre los periodistas y el poder. En este caso, si bien no se trata de un elemento propio del producto periodístico, el ejercicio profesional en La Copucha durante los primeros dos años del gobierno de Gabriel Boric, ha estado marcado por los conflictos y desconfianzas. La relación del Presidente con la prensa acreditada o las tensiones con el equipo de Comunicaciones de Presidencia, son elementos reconocidos transversalmente por los profesionales entrevistados, repercutiendo -a su juicio- de manera directa en la labor periodística.

En el caso de algunos entrevistados, en menor medida, también hay colaboración en investigaciones periodísticas de sus medios, pero que son lideradas por otros equipos, atributo que también está asociado al rol vigilante.

Rol leal-facilitador

A nivel performativo, los elementos del rol leal-facilitador son menores en magnitud, pero sí sumamente reconocibles en las rutinas de La Moneda. Por ejemplo, el sondeo de posibles preguntas realizado todos los lunes por el equipo de SEGEOB previo a la vocería semanal y, sobre todo, la aceptación y participación de los periodistas acreditados en dicha dinámica, podría contribuir al resguardo de la imagen de la elite política, en este caso del gobierno de Gabriel Boric. Los mismos profesionales de La Copucha reconocen que este ejercicio permite a los asesores de la ministra Vallejo adelantarse y estar más preparados ante posibles preguntas complejas.

En la misma línea, otro ejemplo radica en las restricciones a la labor periodística desde el gobierno, ya sea en la utilización de espacios físicos o en la disponibilidad para responder preguntas de la prensa, en especial por parte del Presidente Boric. Si bien son medidas que son criticadas por los periodistas, ya transcurridos dos años y medio de gobierno, surge un ánimo de

resignación respecto a las condiciones impuestas desde La Moneda para el desarrollo del trabajo informativo.

No hay alusión a atributos adicionales asociados a este modelo como, por ejemplo, el apoyo a políticas o actividades de la elite o la promoción de la imagen país, entre otros.

Rol cívico

A nivel de praxis profesional, los atributos asociados al modelo de periodismo cívico son los más reconocibles en la labor de La Copucha. La entrega de información de contexto acerca del comportamiento del mundo político a la ciudadanía, es parte inherente a los temas que se abordan en La Moneda. El seguimiento al quehacer programático del gobierno, como también a sus crisis y controversias, permite entregar insumos a las audiencias para la formación de opinión y la toma de decisiones políticas.

Por otra parte, aun cuando los actores del mundo político, dentro o fuera de La Moneda, son las principales fuentes a las que recurren los periodistas entrevistados, la perspectiva ciudadana es también recogida en las distintas coberturas. El ejemplo más visible es el de las encuestas de opinión pública, cuyos resultados van tomando la temperatura del quehacer del gobierno y marcando la pauta noticiosa de forma sucesiva.

En menor medida, la educación hacia las personas sobre sus deberes o derechos ciudadanos también se hace presente, sobre todo en temáticas sectoriales como los subsidios, la evolución de la tarifa de transporte público o los avances de la agenda laboral.

No hay vinculación del quehacer periodístico con el resto de los atributos del modelo cívico, como la cobertura de actividades de la sociedad civil, el impacto local (territorial) de los temas o el apoyo a movimientos y demandas de la ciudadanía.

Rol de infoentretenimiento

A nivel performativo, el rol periodístico de infoentretenimiento se materializa a través de dos focos asociados a este modelo: la vida privada y la personalización. En el primer caso, la cobertura de la vida privada del Presidente, como ocurrió en el caso de su ruptura sentimental con Irina Karamanos, ha sido un aspecto que no ha estado ajeno al trabajo de La Copucha. En cuanto a la personalización, muchas notas e informes de los periodistas de La Moneda implican la caracterización personal y social de ciertos personajes del poder político, así como la mención a su trayectoria. Este recurso es utilizado especialmente en el caso de nombramientos de autoridades, cargos de confianza o cambios de gabinete.

El sensacionalismo, el escándalo (no político), las emociones o el morbo que no son apreciables en la descripción que realizan los periodistas sobre sus rutinas de trabajo.

Rol de servicio

Si bien a nivel performativo hay mención a la función periodística de explicar los asuntos “en simple” para facilitar la comprensión de las audiencias, lo cierto es que, en la práctica, ninguno de los temas más frecuentes en la pauta ni los criterios de noticiabilidad se vinculan a los atributos del modelo de servicio. Por ejemplo, la temática de seguridad es abordada usualmente desde el punto de vista del impacto de la crisis en el gobierno y el mundo político en general, mas no desde el impacto en la vida diaria de las personas ni la entrega de consejos y/o recomendaciones.

6. CONCLUSIONES

6.1 Las rutinas de La Copucha

A partir de la presente investigación y la información entregada por los periodistas entrevistados, se recogen varios elementos que permiten identificar rutinas en el trabajo periodístico de La Moneda, aun cuando existe una tendencia a rehuir de dicho concepto.

El ejemplo más claro es el de los días lunes, donde los periodistas tienen un cronograma bastante claro respecto a las actividades de la jornada y su respectiva cobertura: honores de la Guardia de Palacio al Presidente, Comité Político, Comité Político Ampliado y vocería semanal de la ministra secretaria general de Gobierno. Dentro de estas mismas actividades, se reconocen códigos y rutinas en el ejercicio periodístico propiamente tal, como el sondeo de temas por parte del equipo de SEGEGOB o el consenso de preguntas a realizar entre los distintos periodistas de La Copucha.

Más allá de los días lunes, también es posible identificar ciertas acciones rutinarias a nivel general de la labor periodística, como “hacer patio” o el reporte de los temas con fuentes externas a La Moneda. A su vez, cada uno de los periodistas logra describir, con mayor o menor precisión, una rutina propia según el medio para el cual trabajan, donde influyen factores como el formato, la línea editorial, el margen para proponer temas, los horarios de cierre o despacho y el tipo de producto periodístico exigido por los editores.

6.2 Roles más presentes en el ejercicio profesional de La Copucha

En el marco de la investigación y su focalización en los roles profesionales al interior de La Copucha, no se identifican diferencias considerables entre el nivel evaluativo declarado por los periodistas y el nivel performativo.

Respecto al dominio que evalúa la presencia de la voz periodística, la interpretación cobra un rol central en las capacidades que, en su opinión, debe poseer un periodista de Moneda, como también es un elemento clave y utilizado de forma transversal en la construcción del producto periodístico, independiente del formato que se trate (escrito, radial o audiovisual). Lo anterior es acompañado del uso de adjetivación y la primera persona como recursos narrativos, elementos vinculados al modelo intervencionista. Por el contrario, la opinión o la alusión a propuestas de cambio no son aspectos recogidos por los entrevistados. En suma, queda de manifiesto el uso activo de la voz periodística, pero acotado al ámbito de la narración y de la interpretación, dando cuenta de una presencia moderada del rol intervencionista.

En cuanto al dominio que evalúa la relación del periodismo con el poder, existe un predominio del modelo vigilante o *watchdog*. Este abarca desde la mención a los ideales del rol fiscalizador, pasando por los temas y criterios de noticiabilidad más mencionados por los periodistas, hasta el complejo escenario descrito por los entrevistados en su relación con los equipos de prensa de La Moneda y el mismo Presidente Boric. No obstante, también se detectan elementos que contribuyen a la presencia del rol leal-facilitador, como es la alta relevancia otorgada al cuidado de la fuente de Palacio y la participación en dinámicas reñidas con la libertad profesional, pero que están arraigadas en la cobertura de este gobierno.

Respecto al dominio que determina el tipo de relación con la audiencia, el rol cívico es preponderante tanto a nivel de concepción del rol como también en la práctica periodística, gatillado principalmente por la cobertura del quehacer político, inherente a un frente como es el palacio presidencial y que -en mayor o menor medida- entrega insumos a la ciudadanía para la toma de decisiones.

De forma menos protagónica, el rol de infoentretenimiento aparece en la cobertura de gobierno, por ejemplo, mediante el interés sobre aspectos de la vida privada del Presidente y otras figuras del mundo político, como también en el perfilamiento de ciertos personajes de interés público, en base a sus características personales y su trayectoria profesional. Por su parte, el rol de servicio

aparece más bien presente a nivel evaluativo que en el ejercicio periodístico propiamente tal. Aun cuando los entrevistados relevan la importancia de aterrizar los temas de Moneda y enfocarlos en su impacto en las audiencias, en la práctica, esta función queda relegada a un segundo plano.

6.3 Reflexiones metodológicas

Desde su base, la presente investigación toma en cuenta todas las consideraciones sobre las eventuales limitaciones de las metodologías cualitativas para el análisis teórico de los roles profesionales. Las posibles brechas entre los ideales y el ejercicio real del periodismo, o la dificultad para establecer la presencia o ausencia de roles profesionales sin analizar el contenido de las unidades informativas, son aprensiones válidas cuando se trata de evaluar el producto periodístico.

No obstante lo anterior, esta investigación ha definido su foco, precisamente, en las rutinas que están detrás de la generación del producto periodístico, es decir, lo que Shoemaker y Reese (1991) describen como las formas de organización y acciones pauteadas en el ejercicio profesional de los reporteros. En tanto, asumiendo las eventuales brechas entre el nivel evaluativo y el performativo de los roles profesionales, esta investigación se hace cargo de la detección del *gap* entre la concepción y la práctica profesional como parte de sus objetivos.

Es así como se configura esta propuesta, que busca contribuir con un nuevo enfoque a los numerosos estudios sobre roles profesionales realizados en el último decenio, en especial a nivel nacional, cuya línea de investigación se ha orientado principalmente hacia el ámbito performativo, de la mano de mediciones cuantitativas.

Asimismo, los hallazgos de esta investigación permiten dar cuenta de un acabado panorama comunicacional del gobierno del Presidente Gabriel Boric, con especial foco en su relación con la prensa acreditada en Palacio. La descripción de rutinas de trabajo, la experiencia de los

periodistas de La Copucha cubriendo este gobierno, su impresión sobre el manejo mediático de la Presidencia y el análisis de los roles profesionales asociados, constituyen un aporte que puede trascender el campo académico. En suma, este presente trabajo cobra valor como insumo concreto para los equipos comunicacionales actuales y futuros de La Moneda, incluyendo próximas administraciones.

6.4 Un *zoom* hacia el periodismo actual

Conocer el estatus del trabajo de la prensa en La Moneda, uno de los frentes más relevantes para la coyuntura nacional, permite -más allá del objetivo central de la investigación- dar cuenta de algunos elementos representativos del panorama del periodismo en nuestro país, en un contexto de alta desconfianza ciudadana que afecta tanto a la política como a los medios de comunicación.

La mermada capacidad de golpear, de innovar a nivel temático y realizar investigaciones en profundidad, a pesar de tratarse de periodistas acreditados para cubrir la agenda de La Moneda, está directamente relacionada con los ritmos periodísticos propios de la sociedad digital y con el nivel de orientación al mercado que han debido asumir los medios de forma transversal para construir y/o mantener audiencias. En el escenario de reconversión del modelo de negocios de los medios de comunicación, las lógicas del *clickbait*, el consumo fragmentado y la lucha por la atención de audiencias cada vez más escépticas (Boczkowski, 2020), han permeado poco a poco en el quehacer de un frente asociado, históricamente, con un periodismo serio y de calidad.

Una arista del trabajo periodístico que se desprende de este estudio es el alto nivel de codependencia mediática. Esta autorreferencialidad se materializa en la importancia que otorgan los periodistas de La Moneda al consumo de otros medios de comunicación y cómo estos últimos alimentan su propio reporteo. Este fenómeno se vería acentuado ante ciclos noticiosos cada vez más cortos, pero donde la premura por generar nuevos contenidos obliga a recurrir a referencias dentro del mismo ecosistema informativo, lo que se conoce a nivel teórico como circulación

circular de la información (Bourdieu, 1996). El periodismo se convierte en “un oficio de rebote, en el sentido de que su agenda es abastecida desde el interior” (Colombo, citado en Wolf, 2003).

Otro ejemplo es el énfasis otorgado por los medios al conflicto como criterio de noticiabilidad. La predilección por este tipo de contenidos refleja, en gran medida, el tono beligerante que ha adoptado la discusión política actual, el cual poco ayuda a la convivencia nacional y la cohesión social. A esto se suma lo que múltiples analistas han calificado como un declive de la calidad de la gestión política y, por el contrario, una propensión a una política de controversias y declaraciones cruzadas que no brinda soluciones a las problemáticas que aquejan a la ciudadanía (Lagos, 2024; Vera, 2024). “Ya no tenemos debate político, tenemos apenas una simulación de este” (Matamala, 2024, párr. 1).

Precisamente, son la prensa y las redes sociales los principales escenarios donde las controversias políticas tienen cabida y amplificación, permeando, por ende, a los contenidos periodísticos. El deterioro del lenguaje y la calidad de la política han repercutido en el periodismo que cubre este ámbito, lo que se evidencia en la inclinación por temáticas como, por ejemplo, los cambios de opinión del Presidente Boric y los conflictos internos de la coalición de gobierno.

Ahora bien, ¿cuáles son las aspiraciones de la prensa política frente a este escenario? Este estudio recoge una alta participación del modelo vigilante, tanto a nivel de concepción del rol como a nivel del ejercicio profesional, pero, al mismo tiempo, se evidencian elementos del rol leal-facilitador que podrían menguar la calidad del producto periodístico y que vale la pena analizar en futuras investigaciones orientadas al análisis de contenido.

7. REFERENCIAS

Areeb, Q. M., Nadeem, M., Sohail, S. S., Imam, R., Doctor, F., Himeur, Y., Hussain, A. y Amira, A. (2023). Filter bubbles in recommender systems: Fact or fallacy—A systematic review. *Wiley Interdisciplinary Reviews: Data Mining and Knowledge Discovery*, 13(6), e1512.

Almeida, A. (25 de mayo de 2021). Alta asesora presidencial Magdalena Díaz dice que telefonazo a dueño de La Red fue "simplemente a título personal". *Interferencia*.
<https://interferencia.cl/articulos/alta-asesora-presidencial-magdalena-diaz-dice-que-telefonazo-dueno-de-la-red-fue>

Bazán, C., Turner, N. y Derpich, C. (05 de noviembre de 2023). Diez arremetidas del Presidente Gabriel Boric contra la prensa. *El Mercurio*, D12.

Boczkowski, P. (2020). Audiences have revolted. Will newsrooms adapt? Nieman Lab, Predictions for Journalism 2021. <https://www.niemanlab.org/2020/12/audiences-have-revolted-will-newsrooms-adapt/>

Bohle, R. H. (1986). Negativism as news selection predictor. *Journalism Quarterly*, 63(4), 789-796.

Boorstin, D. (1971). *The Image: A Guide to Pseudo-events in America*. Atheneum, New York.

Boric, G. [@GabrielBoric]. (21 de junio de 2021). *Significa esta opinión que cerraríamos medios de comunicación? No. Lo que sí haríamos sería promover una mayor pluralidad de voces* [Tweet]. Twitter. <https://x.com/GabrielBoric/status/1407047635492610050>

Borrat, H. (2000) El primado del relato. *Anàlisi*. Nº 25. Universidad Autònoma de Barcelona. Barcelona, pp. 41-60.

Bourdieu, P. (1996). *Sobre la televisión*. Anagrama.

British Broadcasting Corporation (2016). Royal Charter for the continuance of the British Broadcasting Corporation.

https://downloads.bbc.co.uk/bbctrust/assets/files/pdf/about/how_we_govern/2016/charter.pdf

Bronfman, A. (2016). Presidencialismo y el poder presidencial en el proceso legislativo chileno. *Revista Chilena de Derecho*, 43(2), 369-400. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-34372016000200002>

Browne, M. (17 de julio de 2023). Secom ficha a Juan Carvajal como asesor externo en medio de crisis por lío de platas. *La Tercera*. <https://www.latercera.com/politica/noticia/secom-ficha-a-juan-carvajal-como-asesor-externo-en-medio-de-crisis-por-lío-de-platas/45JSSZH3BZC7DJ7RD5RJJSN5E4/>

Cavallo, A. (1998). *La historia oculta de la transición: Chile 1990-1998*. Grijalbo, Santiago.

Cisternas, M. L. (14 de diciembre de 2023). Boric arremete contra matinales por cobertura: "Las buenas noticias parece que no tienen rating". *Emol*. <https://www.emol.com/noticias/Nacional/2023/12/14/1115723/presidente-arremete-contr-a-cobertura-matinales.html>

CNN Chile (12 de julio de 2024). *Marta Lagos dice que Bachelet no va a ser candidata por tercera vez, porque podría perder* [Video]. <https://www.youtube.com/watch?v=Qga13VlwNC8>

Concha, L. (3 de mayo de 2024). Día de la Libertad de Prensa: ¿Por qué se conmemora este 3 de mayo? *Duna*. <https://www.duna.cl/noticias/2024/05/03/dia-de-la-libertad-de-prensa-por-que-se-conmemora-este-3-de-mayo/>

Covarrubias, F. J. (15 de diciembre de 2023). Día horribilis. *El Mercurio*, C2.

Creswell, J. W. (2009). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (3rd ed.). Sage Publications, Thousand Oaks, CA.

Dermota, K. (2002). *Chile inédito: el periodismo bajo democracia*. Ediciones B, Santiago.

Egaña, R., y Chateau, J. (2011). El Centro de Gobierno: Lecciones de la experiencia chilena durante los gobiernos de la Concertación (1990 - 2010). *Estado, Gobierno Y Gestión Pública*, 9(17), pp. 137-191. <https://doi.org/10.5354/0717-8980.2011.15601>

Flick, U. (1998). *Qualitative Forschung. Theorie, Methoden, Anwendun in Psychologie und Sozialwissenschaften*. Rowolt Taschenbuch Verlag, Reinbek.

Flores, S. (14 de mayo, 2018). Crisis del periodismo en Chile: La lucha de los medios alternativos para no morir en el intento. *El Desconcierto*. <https://www.eldesconcierto.cl/nacional/2018/05/14/crisis-del-periodismo-en-chile-la-lucha-de-los-medios-alternativos-para-no-morir-en-el-intento.html>

Fuentes, C. (06 de octubre, 2023). Presidencialismo reforzado: la «sala de máquinas» de la propuesta constitucional. *CIPER Chile*. <https://www.ciperchile.cl/2023/10/06/presidencialismo-reforzado/>

Godoy, S. (2016). Media Ownership and Concentration in Chile. In E. M. Noam (Ed.), *Who owns the world's media? Media concentration and ownership around the world* (pp. 641-673). Oxford University Press.

Gomis, L. (1991). *Teoría del periodismo: cómo se forma el presente*. Paidós.

Grassau, D. (2016). El efecto de Agenda Setting en la opinión pública: recorrido teórico, vigencia y desafíos de la teoría. *Cuadernos ISUC*, 2(1), pp. 1-22.

<https://repositorio.uc.cl/xmlui/handle/11534/37380>

Guerra, C. y Niemann, M. (2006). *Cobertura de moneda, la lógica de La Copucha*. [Tesis para optar al grado de Licenciado en Comunicación Social]. Universidad Adolfo Ibáñez.

Hanitzsch, T. (2007). Deconstructing Journalism Culture. Toward a Universal Theory. *Communication Theory* 17, pp. 367-385.

Hong, S. Y. (2008). The relationship between newsworthiness and publication of news releases in the media. *Public Relations Review*, 34(3), 297–299. [https://www.sciencedirect-com.uai.idm.oclc.org/science/article/pii/S0363811108000568?via%3Dihub](https://www.sciencedirect.com/uidm.oclc.org/science/article/pii/S0363811108000568?via%3Dihub)

Huneus, C. (2014). *La democracia semisoberana: Chile después de Pinochet*. Taurus, Santiago.

Hernández Sampieri, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación* (5° Ed.). McGraw Hill Interamericana, México.

Informe de Fiscalía: delitos de homicidio en Chile se duplican en la última década (30 de enero de 2024). *Ex-Ante*. <https://www.ex-ante.cl/informe-de-fiscalia-delitos-de-homicidio-en-chile-se-duplican-en-la-ultima-decada/>

Jofré, H. y Villar, N. (2023). Integrantes del Centro de Gobierno en Chile: trayectorias, capitales y características (1990-2022). *Estado, Gobierno, Gestión Pública: Revista Chilena de*

Administración Pública, 21(40), 86-110.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9088921>

Kitzberger, P. (2009). Las relaciones gobierno-prensa y el giro político en América Latina. *Revista POSTData: Revista de Reflexión y Análisis Político*, 14, pp. 157-181.

Lengauer, G., Esser, F., & Berganza, R. (2012). Negativity in political news: A review of concepts, operationalizations and key findings. *Journalism*, 13(2), 179-202.

León, A. (28 de diciembre, 2023). La alusión del Presidente Boric a Francisco Covarrubias: “Un columnista menor”. *La Tercera*. <https://www.latercera.com/politica/noticia/la-alusion-de-boric-a-francisco-covarrubias-un-columnista-menor/IPJCU5J43RCLJGAIFIHY26CUKY/>

Luna J. P., Toro, S. y Valenzuela, S. (23 de marzo de 2021). El ruidoso silencio de los medios tradicionales. *CIPER Chile*. <https://www.ciperchile.cl/2021/03/23/el-ruidoso-silencio-de-los-medios-tradicionales/>

Mañoso, L. (2020). Los valores noticiosos y la fuente de información: el discurso de la élite y la personalización en la prensa digital. *Texto Livre: Linguagem e Tecnologia*, 13(1), 1-19.

Márquez, F. y Rozas, V. (2014). Las heridas de la memoria: Disputas patrimoniales en el Palacio de la Moneda, Chile. *Cuadernos de antropología social*, (40), 149-176.
http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1850-275X2014000200007&lng=es&tlng=es

Matamala, D. (20 de julio de 2024). Los simuladores. *La Tercera*.
<https://www.latercera.com/opinion/noticia/columna-de-daniel-matamala-los-simuladores/BFKIO7ZHIZAYVHGE7MEJ2YPKSQ/>

McCombs, M. (2004). *Setting the agenda: The mass media and public opinion*. Cambridge, MA: Polity Press.

McCombs, M., y Valenzuela, S. (2007). The Agenda-Setting Theory. *Cuadernos de información*, (20), 44–50. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2489760>

Mellado, C. y Lagos, C. (2014). Professional Roles in News Content: Analyzing Journalistic Performance in the Chilean National Press. *International Journal of Communication*, 8, 2090–2112 <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/2651>

Mellado, C. (2015). Professional roles in news content: Six dimensions of journalistic role performance. *J Stud* 16 (4): 596–614.

Mellado, C., López-Rabadán, P., & Elortegui, C. (2017). ¿(Para) ciudadanos o espectadores? Periodismo político chileno y sus modelos profesionales de aproximación a la audiencia. *Palabra Clave*, 20(1), 14-46.

Mellado, C. (2019). Journalists' Professional Roles and Role Performance. *Oxford Research Encyclopedia of Communication*. <https://oxfordre.com/communication/view/10.1093/acrefore/9780190228613.001.0001/acrefore-9780190228613-e-832>.

Mellado, C., Mothes, C., Hallin, D. C., Humanes, M. L., Lauber, M., Mick, J., Silke, H., Sparks, C., Amado, A., Davydov, S., y Olivera, D. (2020). Investigating the Gap between Newspaper Journalists' Role Conceptions and Role Performance in Nine European, Asian, and Latin American Countries. *The International Journal of Press/Politics*, 25(4), 552-575. <https://doi.org/10.1177/1940161220910106>

Molina, I., Camargo, N., Guerrero, A., y Magallanes, L. (2017). Valores noticiosos: una revisión de la literatura académica. *Revista Encuentros*, 16(01), 34-45.

<http://ojs.uac.edu.co/index.php/encuentros/article/view/1410>

Monteiro, S. (2021). Democracia em risco? explorando a contribuição do ciberjornalismo para o fenómeno do filtro-bolha. *Observatorio (OBS*)*, 15, 83–99.

Navarro con Díaz (Corte Suprema, Recurso de Protección, Rol N° 95.964-2021).

Navia, P. (2010). Chile: Democracy to the Extent Possible. *Latin American Research Review*, 45(S1), pp. 298-328.

Newman, N., Fletcher, R., Eddy, K., Robertson, C.T. y Nielsen, R. (2023). Reuters Institute Digital News Report 2023. https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2023-06/Digital_News_Report_2023.pdf

Oller, M., Chavero, P., Carrillo, J. y Cevallos, P. (2015). La autopercepción de los roles profesionales de los periodistas en Ecuador. *Quórum Académico*, 12(1): 155-185.

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199040067009>

Orchard, X. y Venegas-Muggli, J. I. (2019). Publicidad, pluralismo y elecciones: gobiernos locales y sus gastos en medios de comunicación. *Cuadernos.info*, (45), 95-111.

<https://dx.doi.org/10.7764/cdi.45.1622>

Ottone, E. (2016). El Segundo Piso. Un ejercicio de memoria. [Tipo de libro electrónico], Debate.

Poo, X. y Portales, F. (26 de marzo de 2008). La Concertación exterminó la prensa independiente. Entrevista a Juan Pablo Cárdenas. *Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de*

Chile. <https://facso.uchile.cl/noticias/53203/la-concertacion-extermio-la-prensa-independiente>

Puente, S. (1997). *Televisión: 'El drama hecho noticia'*. Ediciones Universidad Católica de Chile, Santiago.

Ramírez, P. (1995). Rutinas periodísticas en los medios chilenos: una transición incompleta. *Cuadernos.Info*, (10), 22–33. <https://doi.org/10.7764/cdi.10.229>

Ramos-Alejandro, Y., y Rivera-Rogel, D. (2019). Professional competitions of digital journalism in ecuadorian newspapers. *RISTI - Revista Ibérica de Sistemas e tecnologías de Información*, 2019(E20), 204-216–216. <https://www-scopus-com.uai.idm.oclc.org/record/display.uri?eid=2-s2.0-85070931803&origin=inward&txGid=de5030c9e33fdd789da3dcd0e9bbb6c2>

Rodríguez, J. (05 de enero, 2016). ¿Cuándo el Segundo Piso se convirtió en el más poderoso de La Moneda? *Qué Pasa*. <https://www.latercera.com/revista-que-pasa/cuando-el-segundo-piso-se-convirtio-en-el-mas-poderoso-de-la-moneda/>

Rodríguez, P. (2022). El presidencialismo atenuado en la propuesta de nueva constitución. *Perspectiva Política*, 4(123). <https://institutolibertad.cl/wp-content/uploads/2022/10/Perspectiva-Politica-123-agosto-2022.pdf>

Santibáñez, A. (1994). *Introducción al Periodismo*. Editorial Los Andes.

Shoemaker, P. y Reese, S. (1991). *Mediating the Message: Theories on Influences on Mass Media Content*. Longman.

Schudson, M. (2008). *Why Democracies Need an Unlovable Press*. Polity, Cambridge.

Subsecretaría de Telecomunicaciones de Chile (2023). *Sector Telecomunicaciones Cierre 2023*.

<https://www.subtel.gob.cl/wp-content/uploads/2024/04/Informe-telecomunicaciones-Dic23.pdf>

Valenzuela, C. (17 de julio de 2024). Me gusta cuando callas. *La Tercera*.

<https://www.latercera.com/opinion/noticia/columna-de-cristian-valenzuela-me-gustas-cuando-callas/4YHXOIHNRFPCPKJBZVXRVPNQIE/>

Vega, M. y Soto, M. J. (08 de enero de 2016). La evolución del mítico Segundo Piso de La

Moneda. *La Tercera*. <https://www.latercera.com/noticia/la-evolucion-del-mitico-segundo-piso-de-la-moneda/>

Vera, M. (22 de febrero de 2024). ¿Es Chile una «democracia defectuosa»? *Ciper*.

<https://www.ciperchile.cl/2024/02/22/es-chile-una-democracia-defectuosa/>

Von Baer, A. y Basadre, P. (26 de abril de 2022). El estilo "en construcción" de Paredes, el estrategia comunicacional de La Moneda. *La Segunda*, 5-7.

Walsh, J. (15 de septiembre de 2017). These 7 news values can help you make smarter content

choices. *Insights from Atlantic 57*. <https://medium.com/atlantic-57/these-7-news-values-can-help-you-make-smarter-content-choices-6b3cbc0bddf7>

Warren, C. (1975). *Géneros periodísticos informativos*. A.T.E., Madrid.

Wolf, M. (2003). Los emisores de noticias en la investigación sobre comunicación.

<https://www.comminit.com/unicef/content/los-emisores-de-noticias-en-la-investigaci%C3%B3n-sobre-comunicaci%C3%B3n>

Zamorano, S. (2022). *El poder de los segundos pisos de La Moneda*. [Tesis para optar al grado de Magister en Comunicación Política y Asuntos Públicos]. Universidad Adolfo Ibáñez.