

*PANDIORIZMO. O PERIODISMO EN TIEMPOS DE
PANDEMIA*

Claudia Lagos Lira

CLAUDIA LAGOS LIRA

PhD en Comunicaciones y Medios de la Universidad de Illinois at Urbana-Champaign, Máster en Estudios de Género y periodista de la Universidad de Chile. Profesora Asistente del Instituto de la Comunicación e Imagen (ICEI). Sus áreas de especialización son los estudios de periodismo, la economía política de los medios y el cruce entre violencia contra las mujeres y comunicación.

PANDIORISMO. O PERIODISMO EN TIEMPOS DE PANDEMIA¹

Desde hace mucho tiempo, pero con inusitada fuerza en los últimos meses, hemos discutido sobre periodismo y lo que hace o debiera hacer *en y para* la sociedad. Hemos publicado columnas de opinión, artículos académicos y participado en programas radiales sobre qué esperamos del periodismo y de los periodistas en tiempos normales y en medio de una crisis. Desde la revuelta social de 2019, los medios, en sus más diversos soportes, la producción periodística en general y las prácticas y dichos de ciertos reporteros provocan acaloradas críticas; a veces, sonados aplausos.

Lectores, auditores, televidentes, *tuiteros* o *influencers*; académicos e intelectuales; activistas, líderes sociales y actores poderosos que las emprenden contra el periodismo, en general, o contra periodistas con nombre y apellido. Que el uso y abuso de adjetivos, que la prevalencia de ciertos encuadres y la ausencia de otros, que la invisibilización y estereotipación de ciertos actores y temáticas, que la falta de empatía y *de calle*, que la falta de preparación técnica (en el ejercicio mismo del periodismo y en el despliegue de conocimientos básicos sobre ciertos temas o actores de la agenda).

El poder lanza dardos al periodismo y los periodistas que *encuentran todo mal*, que *critican todo* y que no contribuyen *al clima de paz social* que requiere un Chile unido. Al mismo tiempo que critica a los más suspicaces, autoridades nacionales y locales, representantes empresariales, parlamentarios de todas las banderas y ciertos intelectuales (casi todos hombres) copan la parrilla programática.

La reflexión permanente sobre el (que)hacer del periodismo, el carácter de sus tupidas intersecciones con otros campos (político, económico, social, cultural) está al centro del trabajo en una Escuela de Periodismo como es la de la Universidad de Chile donde trabajo. Desde ahí, las preguntas sobre *qué, por qué, para qué y cómo*

1. La autora agradece al profesor Eduardo Santa Cruz A. por la permanente discusión sobre periodismo, periodistas y medios; a Cristóbal Chávez por el intercambio de material, preguntas e ideas en el marco del curso de “Ética y Tratamientos Periodísticos” que dictamos en conjunto durante el semestre de marzo a julio 2020 y, muy especialmente, a las y los estudiantes de dicha asignatura que ingresaron a este campo de la profesionalización del periodismo en tiempos pandémicos y quienes en cinco años más serán reporteros y reporteras de una cultura periodística y un sistema de medios hoy en reorganización. Sin embargo, todo lo que aquí se afirma es de exclusiva responsabilidad de la autora.

dictar un curso de periodismo en medio de la pandemia me persiguen (y debieran perseguir a todos quienes enseñan o gestionan programas de periodismo). Mi consumo mediático e informativo (omnívoro) encuentra ejemplos en todos los medios, soportes y estilos para explorar y discutir los diversos y contradictorios, tradicionales y novedosos *periodismos* en circulación.

Me convocaron a escribir sobre el rol de los medios en la crisis multidimensional gatillada por la pandemia del Covid-19 en Chile. Aunque parezca obvio, los medios no son lo mismo que el periodismo o que los periodistas, aunque se necesiten mutuamente. La distinción es necesaria para propósitos analíticos. Además, es imposible comprender al periodismo en el contexto de la crisis sanitaria como una práctica independiente o ajena a la que se desplegó durante y después de la revuelta de octubre de 2019.

Cual caleidoscopio hecho de fragmentos de vidrios de muchas formas y colores, este ensayo explora dimensiones normativas, así como también prácticas periodísticas desplegadas complementaria y contradictoriamente en los pasados meses. Este ensayo no pretende ofrecer una perspectiva acabada de cada una de las tendencias, fenómenos, prácticas y discursos alrededor/sobre/del periodismo, sino que es un recorte de los procesos del periodismo en la postdictadura.

La primera parte ofrece apuntes para comprender el periodismo, nuestra concepción de múltiples periodismos en tensión e hibridación. La segunda sección visibiliza prácticas periodísticas alineadas con el poder y en cuya imbricación, por lo tanto, opera como otro eslabón de la élite nacional. La tercera parte discute prácticas, procesos y productos más críticos frente al poder. Una advertencia: ensayamos muchas más preguntas que respuestas al cierre de estas divagaciones.

PERIODISMO(S)

Algunos definen el periodismo como lo que hacen los periodistas. El periodismo es un sistema de creencias que articula identidades, valores y prácticas profesionales (Nerone, 2012). Encontramos prácticas y artefactos propios del periodismo en diversas culturas y sociedades alrededor del mundo, lo que lo hace un fenómeno universal. Sin embargo, el periodismo tiene sabores locales, como el idioma; la organización de los sistemas de medios y el tipo de culturas mediáticas; las tecnologías disponibles y su penetración; los niveles de autonomía del periodismo respecto al poder político, al campo cultural y a las fuerzas económicas, y los niveles de profesionalización y los requisitos para su ejercicio.

Hay, también, diversos periodismos según su relación con el poder (un periodismo más fiscalizador o uno más leal a las élites); según su relación con las

audiencias (más entretención, más servicio o más ciudadanía); y según la mayor o menor relevancia que le asignan al *yo* o la voz del reportero en sus historias (qué tan neutral es) (Mellado, 2015). El peso del mercado como articulador de la producción periodística es, también, central para comprender esta pluralidad de periodismos y sus estrategias a lo largo de la historia (Santa Cruz, 2013). Qué esperamos que estos hagan (enfoques normativos) o qué es lo que hacen (enfoques empíricos o pragmáticos) también son ángulos distintos para analizarlos (Christians et al., 2009; Mellado & van Dalen, 2013). Estos binomios dicotómicos tienen rangos repletos de grises.

Las crisis, los conflictos y los desastres provocan movimientos tectónicos en el periodismo (Gibson et al., 2015; Murdock & Gripsrud, 2015). Diversas encuestas han registrado un repunte en la valoración de los medios por parte de las audiencias durante la pandemia. Sin embargo, es probable que dicha mejoría relativa sea una tregua. Primero, porque la credibilidad de los medios viene en caída desde hace al menos una década. Segundo, porque hay dos cuestiones que pueden haber favorecido un incremento en la valoración de los medios: por una parte, la estrategia comunicacional del gobierno de copar discursiva y performáticamente todos los soportes, todas las franjas horarias y todos los géneros, lo que ha hecho, por otra, que los medios (sobre todo la televisión) se conviertan en una vía clave de información y conexión con el exterior para las audiencias.

Recordemos que la televisión abierta no es solo una experiencia informativa en América Latina y Chile, sino que es una práctica cultural colectiva y familiar que abre ventanas al mundo (Monsiváis, 2000) la pareja, el barrio, la región, la nación... le da una validez radical a los géneros, porque “son simultáneamente arraigo y huída” (p. 68. En los hogares chilenos, la cocina, el living-comedor y el dormitorio principal aún se decoran en función del televisor, el satélite principal en el espacio doméstico. En tiempos de pandemia, toque de queda y cuarentenas, dicho rol refuerza la performatividad del periodismo en la cobertura de crisis. Sin importar de qué emergencia se trate (incendios forestales en Valparaíso, aluviones, terremotos, motines carcelarios y, por cierto, la crisis social de 2019), estas se transforman en programas especiales 24/7, en un *breaking news* o ¡extra! noticioso permanente.

Las cuestiones estructurales que gatillaron la revuelta de fines del 2019 no se han evaporado. Las manifestaciones callejeras en algunos sectores de Santiago en mayo de 2020 protestando por las dificultades para cumplir con la cuarentena y el distanciamiento social en condiciones de desempleo, hacinamiento y pobreza son un recordatorio brutal de aquello.

Mientras la autoridad central controla con mano de hierro la discursividad en pandemia, distintas organizaciones periodísticas sugieren un conjunto de prácticas

tendientes a promover información responsable y útil para la ciudadanía, ética en la cobertura de la muerte y la enfermedad y fiscalizadora de los discursos oficiales. El uso, cita, visualización y chequeo de datos es clave en este conjunto de manuales y buenas prácticas, así como también evitar los enfoques racistas en la cobertura². En la medida en que el control sobre qué se publica, cómo, cuáles son los encuadres y qué tanta fiscalización toleran las autoridades en la cobertura de la pandemia, las organizaciones que fomentan la libertad de prensa se mantienen alertas³.

Mientras, en las conferencias de prensa diarias de la tríada del Ministerio de Salud (ministro y dos subsecretarios que, cual escuderos, se ubican unos pasos más atrás que el secretario de Estado), los colegas introducen sus intervenciones diciendo “Preguntarle...”, “Decirle...” e, incluso, “Felicitarle”. El presidente rara vez acepta preguntas en rondas de prensa que no son tales, sino que exposiciones con audiencias cautivas que, por rutina, por si acaso cae alguna respuesta o algún golpe noticioso, se mantienen y repiten.

Hemos visto, también, la exacerbación de las emociones en situaciones dramáticas, acompañada de escasa información. Miles de migrantes han quedado desprotegidos. Algunos, en condición de turistas o temporeros, varados debido al cierre de fronteras, y otros, asentados en Chile, quedaron desempleados y necesitan volver a sus países de origen. En ese contexto, cientos de venezolanos acampan en las afueras de su embajada en Santiago y las expresiones que han colonizado el reporte en vivo y los comentarios de los hombres y mujeres ancla desde estudios incluyen: “Nos duele entregar esta información”, “esperan con incertidumbre, tienen esperanza, se acabó el sueño chileno”, “da pena ver a los niños durmiendo en carpas”, “es una situación conmovedora, angustiante, desgarradora”, “hay mujeres embarazadas, niños y personas de la tercera edad” cuando la cámara *muestra* mujeres

-
2. Ver, por ejemplo, “Ethical Considerations for Reporting on COVID-19”, de Senami Kojah, International Center for Journalists, 28 de mayo, 2020. “Covering COVID-19: Reports, Resources, and Tools”, de Jordan Higgins, Global Forum for Media Development, 5 de mayo, 2020, incluye una serie de manuales y orientaciones desarrollados por distintas organizaciones periodísticas y mediáticas a nivel mundial. La preocupación por la seguridad de los reporteros y trabajadores de prensa, así como el chequeo de información son parte crucial de los recursos disponibles gratuitamente o pagados para garantizar estándares de calidad en la cobertura de la pandemia. “The challenges of covering coronavirus: how we can help”, por Sara Loane, Thomson Foundation. Las organizaciones de salud, como la Organización Panamericana de la Salud, elaboraron pautas de reporte y las sistematizaron en “COVID-19. An informative guide. Advice for journalists”, 8 de abril, 2020.
 3. “RSF launches Tracker 19 to track Covid-19’s impact on press freedom”, Disponible en: <https://rsf.org/en/rsf-launches-tracker-19-track-covid-19s-impact-press-freedom>.

embarazadas, niños y personas de la tercera edad. Es la nota televisiva informativa/interpretativa/de opinión como fábula moral y con entrega de escasa información.

El reportero en profundidad en televisión se ha jibarizado. “Informe Especial” está fuera de pantalla, a pesar de que uno de sus reportajes fue reconocido en la versión 2020 del Premio Periodismo de Excelencia (PPE) que otorga la Escuela de Periodismo de la Universidad Alberto Hurtado⁴. “Contacto”, en tanto, desapareció sin ni una nota de adiós de las pantallas de Canal 13 en 2017. Algunos de sus reporteros producen notas más complejas o contribuyen a las secciones de *fact-checking* en los noticiarios centrales, aunque a veces esos espacios reproducen contenidos que publicaron otros medios.

Esto nos lleva a otro fenómeno, aunque no es exclusivo de estos tiempos pandémicos: el escaso (o inexistente) reconocimiento al trabajo de otros en el afán de levantar nuevos temas, sacar al aire noticiarios de 90 minutos o generar tráfico *online* que atraiga más lectores, más audiencias, más *likes* y más circulación en las múltiples plataformas que ocupan los grupos mediáticos (páginas web, diarios o revistas impresas, programas de radio, Twitter, Facebook, Instagram y podcasts en Spotify). Aunque es vital difundir asuntos de interés público, también lo es reconocer el trabajo realizado por otros. Por ejemplo, a mediados de mayo de 2020, Meganoticias emitió un reportaje que escapaba a la agenda copada por la emergencia sanitaria. La nota detallaba una investigación criminal en curso contra varios funcionarios públicos debido al pago de sobrepagos y los sobornos que habrían recibido en licitaciones para renovar las luminarias públicas en varios municipios⁵. Fue Ciper quien publicó a principios de mayo el asunto, aunque Mega ni lo mencionó⁶.

La precariedad constante del campo de ejercicio periodístico es desoladora desde hace años. Desde la revuelta y hasta ahora, solo se ha agudizado: los últimos golpes datan de fines de abril de 2020, con el anuncio de varios despidos en distintos medios, de distintos tamaños, los que afectan a reporteros, editores y otros trabajadores del campo. La digitalización total de revistas y suplementos o su fagocitación por los medios-nodrizas son parte de este mismo proceso de liquidez (financiera, periodística, de personal y de infraestructura). Por si fuera poco, más de una docena de periodistas, reporteros y otros trabajadores mediáticos fueron detenidos o agredidos por la policía mientras cubrían los actos por el Día

-
4. “Contribuciones: ley pareja no es dura”, de Paulina De Allende-Salazar y Esteban González, “Informe Especial”, TVN.
 5. “Luces de corrupción: investigan sobornos en municipios”, Meganoticias, 17 de mayo de 2020.
 6. “Empresa de luces LED investigada por corrupción en Iquique y Chillán tiene licitaciones con otros 20 municipios”, Ciper, 6 de mayo, 2020. “Investigación de la fiscalía por corrupción en luminarias LED se extiende a municipios metropolitanos”, Ciper, 8 de mayo de 2020.

Internacional del Trabajador el 1 de mayo, tanto en Santiago como en otras ciudades del país.

Hay, vemos, muchas prácticas, culturas y valores periodísticos y, por lo tanto, distintos ángulos para analizar esta profesión u oficio. Podemos analizarlo desde un enfoque cognitivo, o sea, cuáles son las percepciones e interpretaciones del trabajo noticioso (cómo y por qué un evento se transforma en noticia). Podemos discutir sobre periodismo desde un enfoque normativo (qué rol debe jugar el periodismo) y, también, podemos abordarlo desde una dimensión empírica (cómo los periodistas hacen su trabajo) (Hanitzsch, 2007).

COLABORADOR(ES)

Soledad Onetto, periodista, presentadora de noticias en Mega:
“Ministro: Las mejores respuestas tuyas, a mi criterio periodístico, son las *sí*
o *no*, súper tajante.

¿Seremos *el Italia* o *el España* de Sudamérica?
Jaime Mañalich, mirando a los ojos a Onetto, le responde rápidamente: “Ya
no fuimos”
Matinal “Mucho Gusto”, Mega, 29 de mayo, 2020, min. 51.30⁷.

“Yo no soy experto en comunicaciones”
Jaime Mañalich, matinal “Mucho Gusto”, Mega, 29 de mayo, 2020, min. 25.

Uno de los modelos discutidos por la literatura especializada es el del periodismo de desarrollo, que promueve valores superiores al servicio del bien común y de proyectos de desarrollo nacionales. Aunque este modelo fue cooptado por regímenes autoritarios con el propósito de controlar a los medios y a la sociedad civil, fue pensado al alero de los modelos desarrollistas de los años sesenta en sociedades simpatizantes de la llamada Tercera Vía.

El periodismo de desarrollo se entendió originalmente como el que critica constructivamente al gobierno y a sus organismos y, por extensión, a sus funcionarios; entrega información a las audiencias sobre cómo los procesos de desarrollo y modernización las afectan y destaca los proyectos locales orientados a apoyar o ayudar a la ciudadanía (Shah, 1996). Las características de este tipo de periodismo incluyen el apoyo a actividades institucionales, la promoción de políticas

7. Las cursivas son de la autora.

nacionales, la presentación de las élites políticas y económicas en encuadres positivos y la promoción de los valores nacionales y patrióticos. Este tipo de periodismo predomina en la historia contemporánea de la prensa chilena.

Una lectura *gramsciana* permite comprender la dimensión cultural, de la cual el periodismo es parte, como clave para sostener la hegemonía. La sedimentación de distintas prácticas, valores y actores que operan en el campo cultural contribuye a adherir a los enfoques dominantes, no a través de la fuerza, pero por medio de procesos sutiles de captación y cooptación. Algunos actores culturales, como los intelectuales y periodistas, contribuyen a elaborar estas concepciones de mundo que alimentan la hegemonía. La metáfora geológica de la sedimentación es ilustrativa; hay prácticas, valores y artefactos dominantes, residuales y emergentes que conviven (Williams, 1977).

Al mirar de cerca la producción y las prácticas periodísticas durante la pandemia y el Estado de Excepción Constitucional de Catástrofe declarado el 19 de marzo de 2020 en Chile, identificamos huellas de este periodismo leal al poder. La participación del ministro de Salud, Jaime Mañalich, en el matinal de Mega, “Mucho Gusto”, el 28 de mayo de 2020⁸, es ilustrativa no solo de la performance de comunicación política que el secretario de Estado desplegó⁹, sino por lo que hacen (o, más bien, dejan de hacer) sus anfitrionas, Diana Bolocco y Soledad Onetto. Esta última, conductora también del noticiario central del canal privado.

La exposición de Mañalich se extendió por más de 50 minutos, estaban solo él y sus dos interlocutoras. Durante toda la presentación, una música que evoca tensión se escucha de fondo. Hay una pizarra/pantalla que el ministro ocupa recurrentemente, cual profesor. El diálogo introductorio establece el marco y el tono de la conversación. Bolocco y Onetto le dan las gracias al ministro por “darse un tiempo de venir a conversar con nosotros. *No nos podemos imaginar lo ocupada y agitada que es su agenda*¹⁰”. Ante la respuesta esperable¹¹ del ministro (“no ha habido ningún momento libre, ni sábados ni domingos”), ambas anfitrionas le agradecen, también, por usar mascarilla¹².

-
8. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=jQBpiIpgzoA> (recuperado el 28 de mayo de 2020).
 9. Que ofrece material suficiente para reflexionar críticamente sobre las estrategias y herramientas de la comunicación política desplegada por el Estado y sus actores durante la crisis.
 10. El destacado es de la autora.
 11. Esperable, pues lo vemos todos los días, varias horas al día, en directo en televisión y en radio, sin contar sus citas y entrevistas en prensa impresa y digital.
 12. Aunque solo para el set televisivo, porque tanto el ministro Jaime Mañalich como el presidente Sebastián Piñera han liderado puntos de prensa sin mascarillas.

El fragmento que generó más eco mediático fue en el cual Mañalich afirma que “nuestro drama de la cuarentena en este momento (enfatisa las palabras, gesticula con sus dedos índices), el drama es que hay un nivel de hacinamiento, de pobreza y hacinamiento (junta las manos, cierra los ojos) ... del cual yo no tenía conciencia de la magnitud. Esa es la verdad”. “Usted dice”, interrumpe Bolocco, “¿que se ha agravado mucho más el hacinamiento en poquito tiempo?”. “O sea, no sé, *no tengo estadísticas sociales*”, dice Mañalich, gesticula con las manos, enfáticamente, mirando a las anfitrionas. Ambas asienten.

Onetto sigue la corriente. “Súper interesante lo que usted acaba de decir y con mucha franqueza... efectivamente, era un escenario del cual no tenía cuenta o no se lo imaginaba así”¹³. El ministro se para, dibuja en la pantalla/pizarra, enseña números, curvas, diagramas, explica y corrige. Al referirse a la presión sobre las áreas de urgencias hospitalarias, Onetto afirma que “esa cifra máxima (de 100.000 contagiados al mismo tiempo), lo que nos indica es la presión *que hay* sobre el sistema”. “La presión que *podría haber* sobre el sistema”, corrige el ministro. “Sí, *bien corregida*”, asiente Onetto, “que *podría haber* sobre el sistema”¹⁴. No es la única vez que el secretario de Estado, el hombre que encarna el poder de la palabra, de las políticas públicas, del saber científico y de la libertad de circulación y del derecho a la salud de millones de chilenos, pone en su lugar a la anfitriona-periodista-presentadora de Mega¹⁵.

Las intervenciones de las anfitrionas no pasan de *¿qué cree?, ¿a qué lo atribuye?, ¿cuál es el número de casos activos hoy?*, apenas una hora después del reporte diario, en cadena nacional, del Minsal. Onetto afirma, en respuesta a una de las tantas explicaciones del ministro/profesor: “Ahí está súper clara la diferencia. Qué bueno que me la hace porque yo también me confundía en hacer la comparación con estos 86 mil casos reportados hoy” (min. 18.30). Las preguntas o comentarios de las anfitrionas son pocos, breves, y son un trampolín para que el interlocutor despliegue física,

13. En un círculo permanente, la mujer-ancla de Meganoticias insistió en destacar la sinceridad del ministro en el mismo set de “Mucho Gusto” al día siguiente de la participación de Mañalich.

14. Minuto 19. Las cursivas son de la autora.

15. La conversación/entrevista de Cristian Warnken al ministro Mañalich esa misma semana, el domingo 24, también generó críticas por el guante blanco con que se trató al secretario de Estado. Aunque Warnken no es de profesión periodista, hace más de dos décadas que encarna esta figura en tanto entrevistador y columnista. La conversación, además, fue producida y transmitida por Icare como parte de su serie “En persona. Conversaciones sobre la vida, el país y el futuro”, promovida como contenidos “para ver en familia”. Icare es una corporación privada sin fines de lucro que agrupa a más de mil empresas de todos los tamaños. Sus eventos son un termómetro del mercado, la conducción económica y el empresariado.

espacial y discursivamente lo que él fue a mostrar y a decir. No hay contrapreguntas incómodas (ni siquiera contrapreguntas).

Los matinales son los buques insignia de los canales de televisión. Si hace pocos años “Informe Especial” y “Contacto” eran para TVN y Canal 13¹⁶, respectivamente, los programas editoriales, hoy eso se juega en la franja matutina. Han aumentado su tiempo en pantalla y sus audiencias, generan más noticias e inciden en la agenda política y mediática *seria*. “A ciertas horas del día, no vivimos en Chile, sino en el país de los matinales. Se trata de un país ficticio, una mañana interminable que no requiere al mediodía para acabarse y se extiende sin pudor hasta el almuerzo”¹⁷ (Bisama, 2018). Los ejecutivos de Canal 13 le sugirieron a Amaro Gómez-Pablos, cuando lo contrataron como conductor del matinal de Canal 13, “Bienvenidos”, que no se tomara tan en serio, que fuera más *light*, pues los matinales son “los depositarios de la línea editorial del canal”, “un tercio de la programación” y “el lugar donde ahora estaban los políticos porque en los matinales hay una conversación más generosa, que no se corta en 20 segundos”¹⁸ (Cabezas, 2020). Gómez-Pablos, que fue reportero para CNN internacional, hombre ancla de 24 Horas, reportero de conflictos y premiado por su trabajo en cobertura informativa en televisión¹⁹, asintió y firmó contrato por dos años.

Los fenómenos de hibridación de los géneros y, en particular, del infoentretenimiento, no son nuevos ni exclusivos a Chile. La misma Onetto construyó su carrera en el área de prensa con un cruce radical con el espectáculo cuando fue animadora del Festival de Viña del Mar (2009-2010) y, también, con la promoción y la celebridad. La comercialización de la producción de contenidos, la hipersegmentación de audiencias y el consiguiente reajuste en la captación y redistribución de la inversión publicitaria, junto a la creciente personalización y, en algunos casos, farandulización de la construcción de identidades digitales de periodistas han sido investigados en distintos contextos. Esto, como parte de fenómenos mayores de *self-branding* o hacer de sí mismos una marca, proceso que ha colonizado la vida digital, permitido la emergencia de *influencers* en distintas

16. Ausentes hoy de la parrilla programática de ambos canales.

17. “El país de los matinales”, de Álvaro Bisama en La Tercera, 3 de marzo, 2020 (disponible en: <https://www.latercera.com/culto/2018/03/04/pais-los-matinales/>)

18. “El lado AM de Amaro Gómez-Pablos”, de E. Cabezas, en revista “Sábado” de El Mercurio, 9 de mayo, 2020, pp. 4-8.

19. Premio Internacional Rey de España de TV por el reportaje “Guantánamo, acceso exclusivo a la cárcel más controvertida”, en programa “360” de TVN, enero, 2009; “Pobre el que no cambia de mirada”, 2011, por el reportaje “Indignación: las causas de un malestar”, en coautoría de Jennifer Ulloa, en 24Horas; “Eco periodismo, 2012” por reportaje “Colapso en la colmena”; y “Premio al Periodismo Sustentable, 2013” por el reportaje “La ruta del plástico”, de “Informe Especial”.

plataformas y la producción de contenidos donde las fronteras entre información y publicidad son indistinguibles (Banet-Weiser, 2012; Nelson & Park, 2014).

Algunos estudios discuten la presencia digital de periodistas de distintas secciones y el rol que esas *personas* juegan o no en las prácticas y valores periodísticos visibilizados en redes sociales. Hay tres grandes áreas para analizar este fenómeno: una, el impacto de las redes sociales en la transparencia y en las ideas de objetividad y neutralidad. La segunda, el uso de Twitter como fuente informativa, y la tercera discute cómo las redes sociales son oportunidades para que los periodistas construyan un personaje *online* y se vinculen con la promoción de marcas.

En el caso chileno, los estudios sobre las identidades digitales de periodistas son escasos y, en general, indagan acerca de la presencia e influencia de ciertos medios o reporteros en redes sociales, en particular en Twitter, y el uso de estas como fuentes informativas. Sin embargo, conocemos poco sobre la manera en que el uso de redes sociales por parte de los periodistas fortalece o refuerza ciertos valores y modelos periodísticos por sobre otros. O, en otras palabras, qué tan críticos y fiscalizadores son los periodistas en su presencia *online* o, bien, qué tan leales al poder y a las élites.

Conocemos poco, también, sobre cuáles son las fronteras (si es que hay) entre las cuentas personales de periodistas y su rol como rostros visibles de sus medios, cuestión que ha sido objeto de manuales y controles de los empleadores-empresas mediáticas en otras culturas mediáticas. Pues, ¿a nombre de quién hablan los periodistas en sus perfiles de redes sociales? ¿A título personal, profesional o representan las líneas editoriales de los medios donde se desempeñan? El acertijo no es sencillo de resolver, sobre todo en televisión, donde las empresas también han construido sus marcas gracias a sus rostros más apreciados por las audiencias. La discusión, además, sobre diversidad en la composición de los equipos editoriales en todos sus niveles de poder y decisión no ha pasado de las críticas en redes sociales y no es parte de las políticas de recursos humanos de los medios o de las organizaciones gremiales o profesionales²⁰.

20. Diversidad de la fuerza de trabajo en medios según raza, etnicidad, género o clase social. Ver, por ejemplo, IWMF “Global Report on the Status of Women in the News Media 2018” (disponible en: <https://www.iwmf.org/wp-content/uploads/2018/06/IWMF-Global-Report.pdf>); “The status of women of color in media 2018”, WMC (disponible en: <file:///C:/Users/clago/Downloads/Women-of-Color-Report-FINAL-WEB.pdf>), “Media4Diversity; Taking the Pulse of Diversity in the Media. A Study on Media and Diversity in EU Member States and 3 EEA countries”, de la Comisión Europea (2009); “Media and gender: a scholarly agenda for the Global Alliance on Media and Gender” (2014), Iamcr y Unesco (disponible en: <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/resources/publications-and-communication-materials/publications/full-list/media-and-gender-a-scholarly-agenda-for-the-global-alliance-on-media-and-gender/>).

Mapear y analizar los valores y prácticas periodísticas promovidas por presentadores y reporteros en sus perfiles digitales excede los objetivos de este ensayo. Pero una lectura cuidada de lo publicado por algunos periodistas en sus perfiles de redes sociales permite identificar un periodismo de cota mil, no de a pie. Proliferan llamados a consenso, a la unidad nacional, la promoción y celebración de anuncios o políticas de actores que controlan los hilos del poder político y económico en el país. Por ejemplo, uno de los conductores de Meganoticias, José Luis Repenning (@JoseRepenning, 182.7K seguidores), tuiteó:

Lo que quiero transmitir es que nadie es experto en esta nueva pandemia. Todos tenemos opiniones de lo bueno y lo malo que se ha hecho. Pero *tenemos que estar unidos. Querernos*. No hay derechas ni izquierdas. Hay UN Chile. Nuestros viejos, nuestros enfermos. Dejemos la pelea pa (sic) mañana (26 de mayo)²¹.

El 20 de marzo de 2020, pocos días después de que el gobierno decretara Estado Constitucional de Excepción de Catástrofe, el controlador del *holding* Quiñenco, propietario también de la compañía de medios Canal 13 y una de las mayores fortunas del país²², Andrónico Luksic (@aluksicc, 548.2K seguidores), tuiteó:

Quiñenco y sus filiales en Chile se comprometen con #CeroDespido los próximos 4 meses. Sabemos que en esta crisis habrá muchas Pymes q lamentablemente deberán seguir otro camino. Pero, los que podemos, comprometámonos con cosas concretas hoy!! #FuerzaChile #ChileContraelCovid19.

El presentador del noticiero central de TVN, Matías del Río (@matiasdelrio, 1.4M seguidores), retuiteó menos de dos horas después del tuit original, el anuncio de Andrónico Luksic:

Buena iniciativa, buen desafío. Nos quedamos en la casa para aislar el virus, pero los que podemos, nos comprometemos con que no se pierda ni un puesto de trabajo. #deestasalimosjuntos.

21. Las cursivas son de la autora.

22. La Corporación Pro-Ayuda al Niño Lisiado, popularmente conocida como Teletón, construyó un edificio totalmente nuevo en la ciudad de Antofagasta que reemplazó las antiguas instalaciones construidas en 1981. Le renovación fue posible gracias a millonarias donaciones anuales de la familia Luksic. La última, en abril de 2020, fue de 2 mil millones de pesos. Previamente, había donado \$4.400 millones (2016), \$3.1000 millones (2015) y \$2.500 millones (2014), según la información publicada en la página oficial de Teletón (<https://www.teleton.cl/nuevo-instituto-para-teleton-antofagasta/>).

Del Río, principal rostro del área de prensa de la televisión pública, conductor de los programas políticos de la estación, del noticiario central y de las entrevistas de más alto perfil, fue el mismo que introdujo al entonces recién asumido ministro de Hacienda, Ignacio Briones, en medio de la crisis social de 2019 así: “El ministro (del Interior, Gonzalo) Blumel tiene *mucho carrete* en esto. Se maneja, sabe, conoce los pasillos del Congreso... Usted, en cambio, hasta hoy, iba a una oficina de académicos en una universidad. Cómo nos cambia la vida... ¿A qué hora lo llamó el presidente?”, y remató, tras casi media hora de conversación, deseándole al secretario de Estado “mucho suerte en su nuevo desafío. Si le va bien a usted, es extensible también al resto de la población... así que mucho éxito”²³.

El campo del poder económico tiene enorme influencia en el periodismo chileno. Ello ocurre no solo a través de la influencia directa de dar y quitar financiamiento o publicidad a consecuencia de la cobertura crítica a los actores económicos. Opera, también, a través de las tupidas redes de relaciones de una élite política, económica y cultural más bien estrecha y que se reproduce a sí misma y de la cual una parte del periodismo también forma parte. Mal que mal, a pesar de la masificación de la educación universitaria, hacer una carrera en distintos campos es una posibilidad que sigue atada a los colegios donde estudiamos y a las iglesias que frecuentamos. En esos mecanismos propios de la hegemonía cultural se enreda el poder del dinero.

Las políticas del *management* y de recursos humanos trasplantadas del *retail* a los medios, la asfixia de los sindicatos de trabajadores de medios, la narrativa acerca de la crisis de los medios como si fuera reciente y no parte constitutiva de la industria de medios en Chile, y los recortes presupuestarios y despidos sistemáticos, permanentes, que mantienen a los equipos en vilo son las condiciones constantes en que navegan los periodistas en Chile desde hace décadas. De hecho, los periodistas chilenos reportan más altos niveles de influencia de parte del poder económico en su trabajo en comparación a colegas de otros países; reconocen que los intereses corporativos y financieros están sobrerrepresentados y la cobertura informativa a malas prácticas financieras suele ser amistosa. A pesar de ello, ha habido notables excepciones en que el periodismo ha cuestionado a las empresas, sus políticas y la afectación al medio ambiente, los consumidores o la fe pública. Sin embargo, tales

23. “Voy a defender a los consumidores, esa es la prioridad”, entrevista completa al ministro Briones en “Mejor Hablar”, 24 horas, 28 de octubre, 2019 (disponible en: <https://www.24horas.cl/programas/mejor-hablar-de-ciertas-cosas/entrevista-completa-al-ministro-briones-en-mejor-hablar-voy-a-defender-a-los-consumidores-esa-es-la-prioridad-3690504>). Pocos días antes, Del Río también llamó a los chilenos a salir a defender las estaciones de Metro.

esfuerzos no articulan al periodismo contemporáneo, sino que son excepciones, hitos fácilmente identificables precisamente debido a que son escasos²⁴.

FISCALIZADOR(ES)

El periodismo es un campo heterogéneo y en tensión permanente. En él, como en un campo de fútbol, los actores, individuales o colectivos, despliegan sus fuerzas y pelean por reformar/preservar las reglas del juego, es decir, la relación de fuerzas que constituye el campo mismo. Este campo tiene estructuras, instituciones, procedimientos, actores y bordes que pueden ser más o menos porosos. Hay marcas de prestigio y reconocimiento (como los premios) y hay estándares de qué es buen periodismo y qué no lo es. El concepto de campo permite comprender las interconexiones complejas y dinámicas entre las estructuras políticas y sociales macro y los esquemas humanos de percepción y acción. Este enfoque permite reflexionar sobre los valores, prácticas y artefactos periodísticos de una manera relacional y situada en vez de dicotómica.

En el caso del periodismo en pandemia y en el marco de la crisis social, rastreamos valores, prácticas y artefactos periodísticos que encarnan una relación simbiótica y leal al poder y a las élites. Pero, al mismo tiempo, hay otros derroteros posibles que intentan encarnar (con más o menos solvencia) ideales normativos de independencia, distancia crítica al poder y promoción de una ciudadanía empoderada que busca la verdad. Dichos valores no son inmunes a su comercialización y *marketing*, que arriesga vaciarlos de espesor.

El Premio de Periodismo de Excelencia de la Escuela de Periodismo de la Universidad Alberto Hurtado es entregado por pares²⁵ y se enfoca en material específico, no en la trayectoria²⁶, y no lo entrega una empresa²⁷. Desde 2003, cuando se creó, ha acumulado un corpus de trabajos ejemplares en sus 17 versiones²⁸. La

24. Podemos mencionar excepciones, como fueron los programas “Esto no tiene nombre” (TVN) y “Contacto” (Canal 13), en particular, su temporada 2015. Sin embargo, en ambos casos, y a pesar de las denuncias destapadas, los márgenes de acción se estrecharon hasta hacerlos desaparecer. Ha habido esfuerzos acotados, también, de series que tuvieron pantalla en televisión abierta gracias a los fondos concursables del Cntv, como “No en mi jardín” (TVN) o “Chile se moviliza” (La Red).

25. A diferencia del Premio Nacional de Periodismo, solo uno de los integrantes del jurado es periodista, el galardonado en la versión anterior.

26. Como el Premio Nacional de Periodismo o el Premio Lenka Franulic.

27. Como durante muchos años lo hizo la Embotelladora Andina o la Asociación Chilena de Seguridad.

28. El jurado ha crecido a medida que se han reconocido nuevas categorías en competencia. En la última versión, el jurado estuvo compuesto por 50 periodistas y profesores de periodismo. 450 trabajos se presentaron a la última versión, pero ha habido versiones que recibieron 700.

última premiación ocurrió mientras escribíamos estas líneas. Sus organizadores, sus jurados, los galardonados y las razones de por qué el material seleccionado y premiado es la crema del periodismo en Chile cada año nos dan pistas sobre los valores, prácticas y artefactos que encarnan modelos de periodismo que intentan distanciarse del poder.

Montserrat Martorell y Ximena Orchard, integrantes del equipo organizador del PPE, destacaron la importancia del periodismo en tiempos de crisis: “Como ciudadanos *requerimos* periodismo de calidad, plural, con capacidad de interpelación al poder, que aporte al reconocimiento de las inequidades que fracturan a nuestra sociedad” y “es en tiempos de crisis donde *se requiere* con más fuerza de información veraz, medios plurales y un compromiso activo con *el rol público* del periodismo de calidad”²⁹. Ese periodismo de calidad, enfatizaron, es el “que trasciende la inmediatez y crea contenidos que no están a la vista de los ciudadanos, que expone aquello que se oculta, que se atreve con nuevas formas de contar, que desafía a las instituciones y al poder y que genera diálogos necesarios entre las personas”³⁰. Ambas, además, explicitaron las tensiones con la producción (y competencia) que significa la elaboración y circulación de contenidos por parte de los ciudadanos, lo que obliga “a los profesionales de la prensa a profundizar sus contenidos, interpretar, indagar, contrastar fuentes y fortalecer las bases éticas de su labor”.

Este deber ser del periodismo está presente en toda la historia del galardón³¹: “el periodismo es una misión que debe revelar los abismos y las dimensiones más secretas de los hombres, más cerca de las alturas del arte que de la vida mundana” (Martínez, citado por Vial, 2003, p. 9). El periodismo requiere cultores, cierto tipo de trabajadores híperespecializados, distanciados y distintos de las condiciones mundanas, prácticas y materiales en que de hecho se practica periodismo en Chile. “Los buenos periodistas no eligen dedicarse a este oficio sacando cálculos en su cuenta corriente, ni volcando sus jornadas de trabajo al servicio del negocio del entretenimiento o como simples instrumentos del poder. Los periodistas que están detrás del periodismo de excelencia entienden su labor como un servicio público, como un reto constante para transformar la información en conocimiento, para

29. Las cursivas son de la autora.

30. “Ganadores del Premio Periodismo de Excelencia Universidad Alberto Hurtado fueron anunciados en ceremonia en línea”, 28 de mayo, 2020 (disponible en: <https://ppe.uahurtado.cl/ganadores-del-premio-periodismo-de-excelencia-universidad-alberto-hurtado-fueron-anunciados-en-ceremonia-en-linea/>).

31. Revisar los trabajos premiados, los libros que los compilan, la presentación de cada versión del premio, las decisiones del jurado respecto a los ganadores y los discursos de aceptación de estos ilumina los valores normativos sobre el periodismo en Chile.

hacer comprensible algo complejo, investigando con acuciosidad, en forma honesta y libre de sesgos, aquello que la ciudadanía tiene derecho a conocer” (Vial, 2007, p. 9).

Este periodismo, en general, no aparece en *prime time* ni en la premura de la cobertura diaria, sino que en suplementos, en revistas y en especiales de prensa. Está en aquellos artículos que nos hablan más allá de la velocidad del ciclo noticioso. De hecho, el mercado parece no haber sido un espacio acogedor para estas historias de calidad si consideramos que muchos de esos medios desaparecieron o fueron absorbidos.

La historia del premio permite dibujar el canon, los estándares de calidad y qué debiera ser considerado como buen periodismo. Emergen ahí características como originalidad en su forma, creatividad en aproximarse a la realidad, la calidad de la narrativa, un golpe noticioso y piezas que combinan emoción e información. Los trabajos reconocidos en 2020 corresponden a aquello publicado en 2019 e incluyen material sobre la crisis social y sus consecuencias en violaciones a los derechos humanos y los problemas estructurales que permiten comprender la revuelta de octubre.

En la producción televisiva de 2019, por ejemplo, se valoró que se develaran abusos que se han mantenido ocultos y sin sanción, con amplia variedad de fuentes y recursos audiovisuales al servicio de la historia³². La ejemplificación de la brutalidad policial y las consecuencias permanentes de esta fue reconocida como el mejor trabajo digital del año, pues en vez de concentrarse en frías estadísticas, el enfoque editorial se centró en las personas³³. El mejor reportaje escrito explicó un tema altamente técnico y difícil de probar, que tuvo consecuencia directa en las personas afectadas. “Es un ejemplo”, dijo el jurado, “de los objetivos que persigue el periodismo de investigación: ostentar *un rol fiscalizador* que revele fallas en políticas públicas y *deje en evidencia el déficit* de las autoridades”³⁴.

Los *hechos*, la *verdad*, la *esfera pública* habermasiana, la importancia de la información para participar en la vida en democracia siguen siendo valores promovidos por ciertos medios y periodistas, así como por el campo en general, como parte constitutiva de sus identidades profesionales y, al mismo tiempo, como marca y valor de mercado

32. Reportaje ganador en categoría “Investigación” en periodismo audiovisual, “Contribuciones: ley pareja no es dura”, de Paulina De Allende-Salazar y Esteban González, “Informe Especial”, TVN.

33. Premio al mejor trabajo en categoría Especial Digital: “Heridos en la mirada: cronología de los lesionados oculares durante el estallido social”, de Paz Fernández Verdugo, 24horas.cl.

34. Las cursivas son de la autora. Premio de Excelencia Periodismo Escrito para la serie de investigación “La trampa de los medidores *inteligentes* de electricidad”, de Gabriela Pizarro y Nicolás Sepúlveda, Ciper.

de las compañías mediáticas. Los trabajos reconocidos por el PPE, por ejemplo, o los profesionales premiados en Chile o el extranjero son parte de las estrategias de promoción y construcción de marca de algunos medios o programas que enfatizan esos valores periodísticos reconocidos.

Los *slogans* de las compañías mediáticas locales y, en particular, de sus espacios informativos, evocan estos valores de periodismo fiscalizador, ciudadano y de fortalecimiento democrático. Por ejemplo, “Vamos más allá”, el *slogan* de CNN Chile, refuerza la campaña de autopromoción que lanzó el canal de noticias 24/7 por cable con ocasión de su décimo aniversario y refuerza su marca de encarnar el periodismo independiente. Como dijo Mónica Rincón, una de sus mujeres ancla, “intentamos darle voz a los que no tienen voz, simplificar lo complejo, poner nuevos temas en la carpeta y nuevas personas como fuentes”³⁵. Como marca, CNN Chile apela al ciudadano que quiere ser informado y que *respira*36 noticias. La metáfora de las noticias como necesidad vital, que lo copa todo, ha sido utilizada por medios con diverso arrastre entre las audiencias, como “El Mercurio, diariamente necesario”, “La verdad está en los hechos”, de radio Cooperativa, o “La Tercera, más que un diario”, por ejemplo. En una era pre-Internet, la promoción de programas como “Informe Especial” y “Contacto” incorporaba los conceptos de *verdad*, *hechos*, *impacto* y *realidad* como marca de esos espacios: “El periodismo es TVN”³⁷, “10 años de verdad”³⁸, “impacto” y “realidad”. O, bien, “Lo que nadie se atreve a tocar”, “Sólo la verdad nos detiene”, “Seguiremos detonando hechos que golpearán” y “No importa lo que cueste, seguiremos investigando a fondo”, enfatizaban el trabajo solo “al estilo de Contacto”³⁹.

La tradición que busca la neutralidad, los hechos, el contraste de fuentes y la veracidad inspira los esfuerzos de chequeo de información o *fact-checking* que han proliferado en Chile, sobre todo desde la revuelta en 2019 y que se han extendido durante la crisis sanitaria del primer semestre de 2020. Quién dijo qué y si eso es verdadero, falso, engañoso o, incluso, si acaso puede o no verificarse. “El Polígrafo”, una sección de Reportajes de El Mercurio, fue de los primeros medios tradicionales que importó parte del modelo de PolitiFact. Pero le han seguido otros, como Chilecheck (de CNN y CHV, inactivo), e iniciativas de La Tercera, Bio

35. “Cómo CNN Chile cambió los estándares del periodismo chileno”, 20 de abril, 2019 (disponible en: https://www.cnnchile.com/editorial/10-anos-cnn-chile-estandares-periodismo-chileno_20190420/).

36. Las cursivas son de la autora.

37. Slogan de la televisión pública entre 2013 y 2015.

38. Aviso publicado en La Tercera, 18 de agosto, 1993.

39. Slogans de “Contacto” de las décadas de los 2000 y 2010.

Bío y Tele 13, por mencionar algunas, pero también experiencias independientes, como FastCheckCL u otras al alero de las universidades, como Factchecking.cl de la Pontificia Universidad Católica de Chile. Hay diversidad de criterios, como si las afirmaciones emitidas en público son ciertas o falsas, si las promesas de campaña se cumplieron o no o si fotos o videos publicados en redes sociales son reales y actuales o se refieren a fenómenos pasados⁴⁰.

Las metodologías, la sustentabilidad en el tiempo o su aplicación a coyunturas específicas (como elecciones), el flujo de trabajo, la selección del material a chequear y los encuadres para hacerlo se abren como un campo de estudio del periodismo de datos bajo el modelo de fiscalización al poder, importante tanto para la reflexión académica como para la formación universitaria y la educación continua en Chile. Por el momento, es un tipo de práctica valorada, tal como indica el reconocimiento del PPE a FastCheckCL en la categoría Innovación. El jurado reconoció el proyecto y no alguna publicación en particular de este pues “el aporte realizado por FastCheckCL al periodismo es inconmensurable” y “el esfuerzo por contrarrestar la difusión de noticias falsas de todo tipo es una contribución a la calidad del periodismo y a la sanidad de la democracia”. *La verdad está en los hechos*.

REFLEXIONES FINALES (¿O INICIALES?)

Para analizar los periodismos en tiempos de crisis rastreamos valores, prácticas y artefactos periodísticos que encarnan una relación simbiótica y leal al poder y a las élites. Los ejemplos de ese modelo son numerosos y más bien dominantes en el campo periodístico chileno contemporáneo. Sin embargo, al mismo tiempo se advierten otros derroteros posibles que intentan encarnar ideales (con más o menos solvencia) normativos de independencia, distancia crítica al poder y promoción de una ciudadanía empoderada que busca la verdad.

Poner el foco en periodistas, reporteros o presentadores individuales no pretende personalizar o particularizar los modelos periodísticos en Chile. Eso sería pensarlos anecdóticamente. Por el contrario, si entendemos al periodismo como un campo con múltiples actores, procesos, estrategias y reglas en tensión y negociación, uno o más periodistas en particular encarnan distintos modelos y lo hacen en relación/tensión con otros actores y, a su vez, cual bisagras, vinculan procesos macrosociales y fenómenos a nivel micro. Así, un conjunto de profesionales deja huellas de un

40. Ver “Ayuda vs engaño en redes sociales en tiempos de COVID19”, Reportajes 24, 24Horas (disponible en: <https://www.24horas.cl/reportajes24/reportajes-24-ayuda-vs-engano-en-redes-sociales-en-tiempos-de-covid-19-4185378>)

periodismo que muestra una cara más amable hacia el poder y las élites, mientras que otros encarnan valores, prácticas y artefactos que reconocemos como más críticos.

Porque, ¿desde dónde y en representación de quién/es hablan los periodistas y el periodismo? ¿Desde el interés común, la opinión pública o las élites? ¿A quiénes y cómo se dirigen? ¿A las audiencias masivas, a otros reporteros y editores y actores del campo, a sus propias fuentes informativas, a los auspiciadores?

¿*Qué, por qué, para qué y cómo enseñar periodismo en la universidad?* Puede parecer una pregunta anecdótica, pero no lo es, como hemos insistido en este ensayo. Parte de las respuestas a estas preguntas las encontramos en trabajos como los que reconoció el PPE Universitario, incluyendo uno realizado por tres estudiantes de cuarto año de Periodismo de la Universidad de Chile que resultó finalista⁴¹. Estudiantes de periodismo de universidades capitalinas⁴² publicaron trabajos sobre abuso sexual en la Iglesia, brutalidad policial y abusos del poder económico contra las comunidades mapuche, la discriminación a los migrantes y el mal uso de recursos públicos, por mencionar solo algunos. Aunque no sean la norma, esfuerzos como esos debieran multiplicarse. Pues, como he ensayado a lo largo del texto, la constatación de qué se hace y cómo se hace no debiera renunciar a la promoción de ciertos valores o prácticas ideales (normativas) de los periodismos en nuestras sociedades.

El periodismo sigue siendo relevante por muchas razones. Las tendencias de las últimas décadas en el manejo y producción de contenidos informativos a partir de enormes volúmenes de información de carácter transnacional y que han requerido esfuerzos colaborativos⁴³ demuestran que el periodismo tiene herramientas para sopesar, filtrar, construir historias, establecer vínculos. Lo constatamos, también, en prácticas periodísticas porosas a otros campos con los que comparte objetivos, como parte de redes intelectuales mayores que exceden al puro periodismo y con los cuales es necesario establecer vínculos, como la academia, los investigadores y otros profesionales, con el objetivo de avanzar en agendas que promuevan reformas, garanticen y expandan los derechos humanos y celebren la diversidad.

41. “El club de amigos de los jesuitas”, de Javiera Ojeda, Javier Otárola y Aleister Quezada, publicado en la revista Doble Espacio de la Escuela de Periodismo de la Universidad de Chile (disponible en: <http://www.doble-espacio.uchile.cl/2019/08/28/el-club-de-amigos-de-los-jesuitas/>).

42. No hay ningún trabajo de estudiantes de periodismo de universidades emplazadas en regiones, fuera de Santiago, entre los seleccionados por el premio. En las otras categorías no hay, tampoco, ningún trabajo publicado o producido por medios regionales. Es una tendencia que se repite a lo largo de la historia del PPE.

43. Wikileaks y Panamá Papers, entre los más conocidos, pero hay también otros ejemplos de periodismo colaborativo de carácter regional en América latina, en Europa central o en África.

El manejo de la información sigue teniendo un valor social y político importante en la disputa por la hegemonía y tiene relaciones complejas con otras dimensiones sociales. El periodismo no es puro escenario ni es puro trofeo. Preguntarnos desde dónde habla el periodismo(s), cuál es su lugar social, político, ideológico, sigue siendo clave. Es un campo, además, que las comunidades interpretativas y de aprendizaje pueden y deben enriquecer pues hay aún cariño a la profesión, al oficio, a la comunidad de periodistas.

REFERENCIAS

- Banet-Weiser, S. (2012). *Authentic TM: the politics and ambivalence in a brand culture*. New York University Press.
- Christians, C., Glasser, T., McQuail, D., Nordenstreng, K. & White, R. (2009). *Normative theories of the media: journalism in democratic societies*. University of Illinois Press.
- Cntv (2014). Cobertura televisiva del terremoto en la zona norte e incendio en Valparaíso. Percepciones de la audiencia.
- Dermota, K. (2002). *Chile inédito: el periodismo bajo democracia*. Ediciones B.
- Dodds, T. (2019). Reporting with WhatsApp: mobile chat applications' impact on journalistic practices. *Digital Journalism*. <https://doi.org/10.1080/21670811.2019.1592693>
- Faure, A., Salinas, C. & Stange, H. (2013). The dominance of common sense: the influence of the media system on professional practices of journalists, 1970-2000. In: M. Puppis, M. Künzer, & O. Jarren (Eds.), *Media Structures and Media Performances*. OAW.
- Gibson, T., Craig, R., Harper, A. & Alpert, J. (2015). Covering global warming in dubious times: environmental reporters in the new media ecosystem. *Journalism*, 17(4), 1/18.
- Hanitzsch, T. (2007). Deconstructing journalism culture: toward a universal theory. *Communication Theory*, 17, 367–385. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.2007.00303.x>
- Hanitzsch, T. & Mellado, C. (2011). What shapes the news around the world? How journalists in eighteen countries perceive influences on their work. *International Journal of Press/Politics*, 16(3), 404–426. <https://doi.org/10.1177/1940161211407334>
- Hanusch, F. (2018). Political journalists' corporate and personal identities on Twitter profile pages: a comparative analysis in four Westminster democracies. *New Media and Society*, 20(4), 1488–1505. <https://doi.org/10.1177/1461444817698479>
- Klein, N. (2005). *No logo: no space, no choice, no jobs*. Harper Perennial.
- Lagos, C. (2019). *Chilean muckrakers: making investigative journalism in a post-authoritarian and neoliberal context*. University of Illinois at Urbana-Champaign.

- Mellado, C. & Ovando, A. (2019). Periodistas y redes sociales en Chile 2019. <https://periodismopucv.cl/wp-content/uploads/2019/12/informe-Periodistas-y-Redes-Sociales-2019.pdf>
- Mellado, C. (2015). Professional roles in news content. Six dimensions of journalistic role performance. *Journalism Studies*, 16(4), 596–614. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2014.922276>
- Mellado, C. & Lagos, C. (2014). Professional roles in news content: analyzing journalistic performance in the Chilean national press. *International Journal of Communication*, 8, 2090–2112. <http://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/2651>
- Mellado, C. & Van Dalen, A. (2013). Between rhetoric and practice. *Journalism Studies*. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2013.838046>
- Monsiváis, C. (2000). Aires de familia. Cultura y sociedad en América Latina. Anagrama.
- Newman, N., Fletcher, R., Kalogeropoulos, A. & Nielsen, A. (2019) Digital News Report 2019, London: Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Murdock, G. & Gripsrud, J. (Eds.) (2015). Money talks. Media, markets, crisis. Intellect Books.
- Nelson, M. & Park, J. (2014). Publicity as covert marketing? The role of persuasion knowledge and ethical perceptions on beliefs and credibility in a video news release story. *Journal of Business Ethics*. <https://doi.org/10.1007/s10551-014-2227-3>
- Nerone, J. (2012). The historical roots of the normative model of journalism. *Journalism*, 14(4), 446–458.
- Santa Cruz, E. (2013). Prensa y sociedad en Chile, siglo XX. Editorial Universitaria.
- Shah, H. (1996). Modernization, marginalization and emancipation: toward a normative model of journalism and national development. *Communication Theory*, 6(2), 143–166.
- Williams, R. (1977). *Marxism and literature*. Oxford University Press.