

Los nuevos (viejos) escenarios del periodismo (chileno). Noticias falsas, posverdad y competencia de verosímiles

Eduardo Santa Cruz

Profesor Titular Universidad de Chile, Chile
 esantacruz@uchile.cl

Palabras iniciales

En primer lugar, debemos congratularnos de que este evento se haya podido realizar, aunque sea virtualmente, y aunque esta modalidad signifique una merma en la conversación, la discusión y el intercambio. El título de esta exposición ha sufrido también los mismos avatares de los acontecimientos vividos desde el 2019, rebelión social y pandemia, porque cuando se me planteó la posibilidad de hacer esta charla, el tema se centraba en torno a una preocupación surgida a propósito de acontecimientos políticos en los países centrales, Estados Unidos y Europa, y que adquirió un gran protagonismo, con características casi de descubrimiento, en el sentido de que viviríamos un régimen de *pos verdad*.

La idea, al principio, era tratar de problematizar aquello, pidiendo un poquito más de rigor: ¿De qué se estaba hablando? y ¿por qué nosotros, los periféricos de Latinoamérica, teníamos que adentrarnos en ese debate? Eso fue lo que quedó en el subtítulo. Este congreso se fue postergando, además, a raíz de la rebelión social y popular en Chile de octubre del 2019 y, después, por el escenario de la pandemia. Aquello planteó nuevos problemas sociales, económicos y políticos y esta idea inicial se amplió y, en definitiva, se trata de instalar una propuesta acerca de cómo mirar el campo periodístico y por eso está entre paréntesis (campo periodístico chileno en particular y también en general) y descubrir también los viejos escenarios (y ver cuánto realmente tienen de viejos).

Lo que queremos decir con ese título es que es necesario revisar cuáles son los procesos que están remodelando el campo periodístico, no solo a nivel nacional, sino que mundial y hacer ver que no es lo mismo una cosa y otra, es decir, no somos un simple espejo de lo que pasa en Estados Unidos y Europa. Hay una especificidad que se hace notar y, por



supuesto, hay escenarios nuevos y hay escenarios que no lo son tanto.

La prensa como actor: la noción de estrategias periodísticas

Vamos a proponer que hay formas distintas de entrar a este tema. Usaremos un texto de un autor italiano, Francesco Casetti, que entrega un aporte epistémico- metodológico sobre modelos posibles de investigación que él reconoce en el campo de la historia del cine, pero que parecen aplicables a otros temas comunicacionales y sociales. Señala que hay tres maneras de investigar: una primera, y que en el caso del periodismo ha sido muy trabajada y que se sigue usando, es lo que él llama “una investigación ontológica”, en que la pregunta fundamental es por la naturaleza del objeto, con el propósito de instalar un deber ser, tras la pregunta, en este caso, de ¿qué es el periodismo? En esta perspectiva, lo que se busca es determinar y establecer una esencia que se mantiene inalterable y que se usa como parámetro para juzgar cualquier práctica periodística, más allá de las coyunturas y contextos históricos.

Una segunda entrada posible es metodológica y pone en el centro la pregunta de cómo se debe estudiar el objeto. Lo que importa, en este caso, es determinar cuál es el método a usar. Esto es muy propio de miradas sobre la comunicación que provienen del funcionalismo estadounidense de las primeras décadas del siglo XX, en el intento por construir una nueva disciplina. Entonces, habrá un objeto, acotado, específico y la realidad se construye dejando fuera lo no conocable y es no conocable porque el método no sirve para ello. Si suena tautológico, es porque lo es. Hay en estos casos un esfuerzo de construcción del objeto, para que se adapte al método, lo que genera la necesidad de *descontextualizarlo*. Esta mirada ha cobrado una especial vigencia en los tiempos de la hegemonía neopositivista que vivimos.

Una tercera posibilidad de investigación es lo que Casetti llama la investigación de campo y es dar cuenta de los procesos y el propósito es construir una serie de preguntas, con la intención de develar ciertas claves interpretativas de los fenómenos

desde su propia recomposición. En esta perspectiva, habría que partir sentando una premisa para lo que vamos a señalar: el periodismo no es más, ni menos, que lo que hacen las y los periodistas. Dicho de otra forma, reafirmar la radical historicidad del periodismo como práctica social y una consecuencia posible, que permitiría afirmar que lo que es, no siempre ha sido así y, por lo mismo, no tiene por qué seguirlo siendo.

En esa dirección, vamos a usar un concepto que elaboramos hace algunas décadas: el concepto de “estrategia periodística”, entendida como la formulación más o menos explícita y consciente de un conjunto de objetivos y decisiones, en la práctica de hacer periodismo cotidianamente, que se ordenan en tres planos: ideológico-cultural, periodístico y económico; dimensiones que, combinadas, le dan un perfil al medio. Se trata de concebir a la prensa no como un mero instrumento, sino como un actor que opera desde y sobre el contexto, crea hechos políticos con su discurso y con su estrategia comunicacional, interactuando con otras dinámicas y discursos que provienen desde otros ámbitos. Se trata de acciones prácticas que ubican a la prensa dentro del contexto socio-cultural, le dan una identidad y una función en el escenario de las comunicaciones y una situación dentro del espacio público. Siempre una de esas dimensiones (*ideológica-cultural, periodística o económica*) tiende a subordinar a las otras, mecanismo medular desde donde emerge el perfil, que no es una máscara, sino que es el rostro del medio y es siempre una construcción inacabada, cambiante, móvil, dentro de los límites de una época y una sociedad.

Las estrategias comunicacionales y periodísticas, en el sentido amplio, operan sobre y desde procesos socio-culturales profundos: formación de identidades, difusión de arquetipos y estereotipos, intercambios y producción simbólica, elaboración y reelaboración de sentidos comunes. Por ello, se puede afirmar que la prensa ha operado como actor social, productora de discursos y constructora de sentidos, contribuyendo a configurar el espacio público y a articular una cultura cotidiana y un sentido común, en una lógica de refuerzo de la hegemonía o en otra, más o menos contrahegemónica o alternativa.

El discurso periodístico es un discurso social y la noticia y el trabajo periodístico es siempre un trabajo productivo. Lo que entendemos como “noticia”

sería más bien una “actividad compleja que se realiza de forma industrial, en el seno de una institución reconocida socialmente”, señala Miquel Rodrigo Alsina, que denomina a este proceso “la fase oculta de la construcción de la noticia”, porque es algo que escapa a la mirada pública. Los y las periodistas son, como todas las personas, constructore(a)s de la realidad social. Pero, además, dan forma de narración a esta realidad y la convierten en una realidad pública. La relación entre los y las periodistas y la sociedad se ha basado en una suerte de pacto o convención, social e históricamente definido. A los y las periodistas se les ha atribuido la competencia de escoger (recoger) los acontecimientos y conferirles un sentido social; eso es una de las cuestiones que vamos a plantear al final, ya que parece que allí es donde está lo medular de la actual “crisis del periodismo”.

Estrategias y modelos en el periodismo chileno

Cuando estamos frente a una determinada manera de articular y relacionar los elementos constitutivos de una estrategia periodística, que se puede replicar en distintos contextos, es que podemos hablar de un “modelo de prensa”. En nuestro país, en distintos períodos históricos y enmarcados en diferentes procesos, han existido diversos modelos periodísticos: del periódico “doctrinario” del siglo XIX, ligado generalmente a proyectos ideológico-culturales tendientes a configurar la sociedad y el Estado, como *La Aurora de Chile*, que está tratando de pensar el país, como es el caso, también, de *El Araucano*, de Andrés Bello y otros; con su variante de “revistas literarias o culturales”, pasando por los periódicos “satírico-independientes”, distanciados y críticos; diarios comerciales como *El Mercurio de Valparaíso*, hasta la aparición, a principios del siglo XX, del “modelo informativo”, como expresión del periodismo moderno y empresarial vigente hasta hoy.

Desde los inicios del siglo XX, este último modelo se hizo predominante, pero fue matizado por otros modelos paralelos, más o menos distintos, como el “órgano oficial”. Nos referimos a *El Siglo* del Partido Comunista, a *La Prensa* de la Democracia Cristiana y a *Tribuna* del Partido Nacional, entre otros, y

su variante llamado “órgano oficioso”, porque los dueños eran dirigentes de partidos políticos, como fue el caso de *La Hora*, propiedad de destacados dirigentes del Partido Radical, antecesora de *La Tercera* y *Las Noticias de Última Hora*, propiedad de importantes dirigentes del Partido Socialista.

Por otro lado, hay un tipo de modelo de prensa que adopta varias expresiones a lo largo del siglo XX. Está en la “prensa obrera” de las primeras décadas y que, luego, se manifiesta en radios comunitarias y en canales de TV comunitarios; es decir, el medio como expresión, organizador e impulsor de un movimiento u organismo social. Además, está la “prensa popular de masas”, en palabras de Guillermo Sunkel, cuya máxima expresión fue el diario *Clarín*. *Dicha prensa popular de masas* no es la prensa amarilla norteamericana o británica, aunque algunos la asimilaban de una manera bastante liviana a aquellas. Sunkel se encargó de aclararnos la especificidad de este tipo de prensa en el caso chileno, que comienza a fines del siglo XIX con el diario *El Chileno*, de orientación católica conservadora, al que siguió el también católico *El Diario Popular* y cuya última expresión es (¿era?) el diario *La Cuarta*.

Por último, también se puede mencionar el “periodismo interpretativo”, importado desde Estados Unidos, en particular de la revista *Time*, y que la revista *Ercilla* adoptó en los años 1960, bajo la dirección de Emilio Filippi y Abraham Santibáñez, y luego replicado por varias otras revistas de actualidad, incluso de diferentes enfoques políticos. Es síntesis, lo anterior por citar sólo algunos de los tipos de modelos periodísticos y de las diferentes formas de hacer periodismo en Chile vigentes durante el siglo XX.

Algunos de esos modelos periodísticos fueron replicados no solo por otros medios de prensa escrita, sino que también en lenguaje radial y televisivo y, ahora, digital. Así, en el siglo XX se configuró un campo diverso, ideológico, social y político, en cuyo interior se desarrollaban relaciones de distinto tipo, más allá de la pura competencia en el mercado. Relaciones que, obviamente, podían ser muy conflictivas o confrontacionales. Estamos en el tiempo de la comunicación de masas, en que la tendencia predominante de esa sociedad es la homogeneización cultural y social, que se daba porque la construcción discursiva de todos esos periódicos pensaba el país y ofrecía un modelo de desarrollo para aquel.



Por lo tanto, en el siglo XX la prensa combatía por la mayor o menor adecuación de sus discursos a la realidad, por instalar ciertos regímenes de verdad y de ahí la pugna, cuestión que es algo propio de la actividad periodística. No era un defecto tener posición y estar de acuerdo con esto o lo otro: Quien asumiera el poder sabía que al día siguiente iba a tener diarios y radios que le levantarían oposición. O, al menos, crítica. Entonces, la pugna y no puramente en el sentido conflictivo, sino que de discusión, problematización, confrontación ideológica, se daba, incluso, al interior del mismo gremio, en un tiempo en que la afiliación al Colegio de Periodistas era obligatoria y éste tenía un rol muy importante. Por ejemplo, en los debates y congresos del Colegio se discutió sobre la libertad de expresión y el derecho del pueblo de estar veraz, oportunamente informado. Y era algo que los periodistas debían discutir como gremio.

La existencia de diversos periodismos

En ese marco, existieron diversas concepciones acerca de la relación prensa/sociedad y del rol del periodismo y de los y las periodistas. Teorías *normativas*, que instalaban un deber ser ligado a la formación de ciudadanía y de opinión pública; o *administrativas*, que suponen que el mercado de la prensa garantiza aquello de suyo y que sólo se trata de ver cómo *funciona* (rutinas profesionales como un conjunto de procedimientos), modelo funcionalista clásico reciclado en este cambio de siglo.

La más clásica de esas concepciones del periodismo moderno es la del rol de la prensa como testigo de la historia. Eso implica que las noticias existen y hablan por sí mismas (“la verdad está en los hechos”). Las y los periodistas son personajes adiestrados que separan la información, la interpretación y la opinión y el manejo diestro de estas técnicas es lo que asegura la distancia neutral u objetiva. Hay que hacer notar que en ese caso la objetividad supondría una neutralidad epistemológica, dada por la existencia del objeto más allá del sujeto que conoce, derivada del marco inductivista y de su extremo positivista. La frase que resume dicha perspectiva del proceso del conocimiento es “la objetividad no es otra cosa que contar los hechos tal y como son”

y ahí venía la discusión planteada por nosotros, los estudiantes de aquellos tiempos, al decirle al profesor *¿y cómo son?* Es decir, *¿cómo podemos hacer que hablen por sí mismos?*

La idea que fluye de lo anterior es concebir a la realidad como reflejo y ahí está el punto de conflicto entre la realidad y la objetividad periodística entendida de esa manera. A pesar de ello, la objetividad periodística en esa concepción, sin embargo, no era concebida como neutralidad política, ni de opiniones y menos algo que ha imperado en los últimos tiempos, esta idea del empate (si tengo un invitado A tengo que tener uno Y). Y volveremos sobre eso.

Otra visión, muy interesante y que emergió en Estados Unidos durante la década de los años 1960, se denominó el *Nuevo Periodismo*. *Bajo dicha perspectiva, se promueve* un uso tanto de la realidad como de la ficción, con influencia literaria. El Nuevo Periodismo vino a reponer una discusión que en América Latina estaba presente desde finales del siglo XIX, cuando aparece la discusión de la relación entre lo real y la ficción, entre la literatura y el periodismo, a propósito de lo cual surgió la crónica como género y la presencia de dos pilares históricos de la crónica periodística en América Latina, como Rubén Darío y José Martí. En América Latina, diría, esa discusión se mantiene hasta hoy: *¿Cuál es la diferencia entre ficción y realidad? ¿Cuál es el límite? Y, ¿quién lo pone?*

Una tercera forma de entender el periodismo la hemos heredado de la tradición estadounidense a raíz del llamado caso *Watergate*. El periodismo como fiscalizador es la idea de establecer distancia frente a los poderes y que el periodismo está permanentemente buscando la fisura, la corrupción, el abuso de poder. En algo se parece a otra posición adoptada por el periodismo en América Latina, que proviene de la Iglesia Católica actualizada por el Concilio Vaticano II de la década de 1960, cual es el periodismo comprometido; es decir, “la voz de los sin voz”, asumir un lugar en la sociedad desde donde hablar y ese lugar es el lugar de los pobres, el de los subordinados.

Mientras, en EE. UU., y en parte como reacción a la relativización de la teoría de los efectos desarrollada a partir del modelo de Lazarsfeld, se recicló el asunto del poder de los medios desde una perspectiva más compleja y que, aplicada al trabajo periodístico, se conoció como la teoría de la “agen-

da Setting". Dicho enfoque afirma la existencia de los efectos a largo plazo, de carácter cognoscitivo y sedimentados en el tiempo. La prensa no consigue decirle a la gente cómo debe pensar, sino en qué debe pensar, sobre la base de colocar los hechos en ciertos encuadres interpretativos.

A finales de siglo XX se plantean otras dos concepciones: una, que es la prensa autorreferente, que acuña Bourdieu en los años 1990. Pensando explícitamente en la TV, instala una idea muy interesante que denomina la *circulación circular de la información*. Bourdieu señala que nadie se interesa más por la información periodística que los propios periodistas, compitiendo en el mercado, que se están vigilando unos a otros, y que genera un periodismo autorreferente que se desconecta de la sociedad y no tienen otra conexión con ésta más que a través de la medición cuantitativa, sea *rating*, encuestas, votaciones por internet. Lo interesante del enfoque de Bourdieu es que detecta ese proceso del cual vamos a hacer referencia pronto, que es ese distanciamiento del periodismo con el mundo social, con su entorno, con su comunidad.

En ese sentido, vuelvo a Rodrigo Alsina, con la idea de la prensa como construcción social de la realidad, aplicando la teoría sociológica de Berger y Luckmann. Rodrigo Alsina dice algo interesante: dice que el proceso de construcción industrial de noticias parte del *mundo real*, de los acontecimientos y, luego, el o la periodista que está elaborando esa noticia, debe colocar los hechos en *mundos de referencia*, constituidos por discursos sociales provenientes de diversas fuentes y que alimentan un sentido común masivo. Dichos mundos de referencia permiten darles un sentido socialmente compartido. A partir de allí, lo que hacen las y los periodistas es construir un *mundo posible* con un sentido de verosimilitud, dice Rodrigo Alsina, "tienen que hacer parecer verdad el mundo que construyen".

Siglo XXI: Nuevos escenarios, nuevas tendencias y nuevas preguntas

Hasta aquí, en todas esas visiones, está en juego la naturaleza de la verdad que construye el perio-

dismo. En la última, nos estamos yendo a un borde donde la verdad va quedando francamente desplazada y, así, podemos examinar estas dos décadas ya transcurridas del siglo XXI, durante las cuales se han ido desarrollando un conjunto de tendencias que, en alguna medida, reponen ciertos escenarios. Sin embargo, las tendencias que eran predominantes, como la de homogeneización pasa a ser subordinada y la segmentación y la heterogeneización se vuelven dominantes, no sólo a nivel periodístico sino que social.

En términos generales, lo anterior se enmarca en un proceso global en que se naturalizaron los supuestos y los fines del orden social presente y futuro, sacando del debate las preguntas sobre la totalidad social, fenómeno de carácter mundial realzado por el desplome del bloque soviético que produjo la ilusión del triunfo del capitalismo y del fin de la historia y que se impuso en Chile gracias a la llamada transición pactada a la democracia entre los vencedores del Plebiscito de 1988 y la Dictadura.

En la realidad chilena se manifestaron tendencias universales de desarrollo del capitalismo moderno en su fase llamada de globalización: la conversión del mercado en el eje articulador de toda práctica y relación social, la conversión del Estado desarrollista en el Estado subsidiario neo-liberal, los procesos de concentración del poder como nunca antes vimos, procesos de virtualización y mediación de la vida social bajo el paradigma de la llamada *sociedad de la información*, la transformación de la relación entre lo público y lo privado, la crisis de la política y el sistema de partidos, entre otras.

Lo anterior supuso la consagración de la economía de mercado y la democracia liberal como los únicos soportes posibles de cualquier ordenamiento social presente o futuro. Ello redujo lo político y lo público al ámbito de la mera gestión o administración, favoreciendo los procesos de individuación y privatización de la vida social y que el mercado se hiciera cargo de los fines y lenguajes de lo público. Así, las mercancías son ofrecidas como si fueran de interés general, ocultando la intencionalidad económica privada, tratando a su público como si fueran ciudadanos y no consumidores. Las instituciones políticas proceden de manera similar resultando el efecto contrario: los ciudadanos son tratados como consumidores, convirtiendo la vida pública en un asunto de *marketing*, en el cual lo que priman son



las imágenes de marca. En esta perspectiva, se produjo la reducción de toda estrategia comunicacional, incluyendo las de propaganda política, las periodísticas y las de desarrollo social o bien público a estrategias publicitarias de mercado.

En esa dirección, el maridaje de la informática y el audiovisual y la reducción de toda práctica social a la lógica del intercambio mercantil, generó fenómenos como la video-política, la transformación de la propaganda clásica y la discusión pública reemplazadas por el *marketing* político y, resumiendo, el abandono de la búsqueda de legitimidad en las conciencias de los ciudadanos, para concentrarse en la captura de segmentos de demandas en el *mercado de las opiniones*.

La tendencia global dominante que se impuso durante al menos dos décadas fue aquella que convirtió a la política, estrictamente hablando, en un problema de la imagen que es posible crear, a partir de la elaboración de los discursos que el clientevotante esté dispuesto a creer. Desde el punto de vista del lenguaje, la televisión replanteó la política en términos de imágenes. De esta combinación de significantes se jerarquiza lo no verbal: el cuerpo y el gesto. En una época caracterizada por la caída de la credibilidad de las palabras, el telespectador se va transformando en un lector de indicios: el votante, en tanto, busca muestras o indicadores de sinceridad, honestidad u otros atributos valóricos individuales.

En lo estrictamente comunicacional y periodístico debemos señalar, en primer lugar, el desarrollo de una tendencia, que es la consolidación de la concentración de la propiedad y del poder. Esta tendencia tiene una característica nueva: la coexistencia en el campo periodístico y comunicacional chileno de capitales nacionales y extranjeros, algo que no se había registrado durante todo el siglo XX, y el consiguiente desarrollo de grandes consorcios mediáticos que trabajan con plataformas digitales y operando los más diversos lenguajes y códigos, al servicio de un mercado mundial segmentado en el cual lo nacional no es sino uno de esos segmentos.

En segundo lugar, otra tendencia, que son los cruces y articulaciones entre radio, TV y prensa escrita, tratándose unos a otros como materiales informativos en un contexto multimediático. En mi opinión,

se desarrolla una tendencia predominante en los medios de comunicación del siglo XXI que es la transformación de los antiguos medios de masas en plataformas mediáticas, donde conviven todos los lenguajes, géneros y formatos. Los espectadores tenemos comportamientos curiosos: vemos la radio, escuchamos la TV y, en la misma página donde vemos la radio o vemos un foro, estamos leyendo noticias escritas. En otras palabras, la idea del medio del siglo XX está bastante lejana producto de la digitalización, de la TV de pago, de los canales de noticias 24/7 nacionales y extranjeros, de los diarios o boletines virtuales, de los portales de noticias de internet que lo llevan a uno a preguntarse: ¿eso es un diario o no?, ¿eso es periodismo?, ¿ese portal es un diario? Y de páginas institucionales, la *web* está repleta. Utilizan las técnicas periodísticas, publican entrevistas, incluyen fotografías y videos y cuentan con información que renuevan constantemente.

Se genera la ilusión de una falsa dicotomía entre medios “*tradicionales*” y “*digitales*” y eso lleva a que se plantee, a mi modo de ver, una suerte de alternativa o contradicción que parece bastante falsa entre la prensa de papel y la virtual, como si fueran dos polos distintos y antagónicos. En realidad, ya no existen medios exclusivamente de papel. Diarios, radios, canales de TV de aire y cable tienen sitios *web*, portales de noticias, renovadas permanentemente durante el día. Por lo tanto, pienso que esa división entre lo analógico y lo virtual es un tanto artificial y superficial, no es la contradicción fundamental que pudiera dar cuenta de la crisis del periodismo. Si es que hay una crisis.

Lo que sí podemos afirmar es que la forma predominante de hacer periodismo actualmente, por no decir casi exclusiva, es aquella que entiende a la prensa como un “*modelo de negocios*”, una actividad de mercado que no busca representar a un cierto público o sector social, sino que responde sólo a demandas de mercado. Una cuestión que caracteriza a este modelo es que uno de sus productos fundamentales son ciertos formatos para enfrentar y enfocar situaciones excepcionales, como pueden ser la violencia política, social o delictual, las catástrofes naturales, sin hacer distinción, siendo análoga la explosión de un volcán con lo que sucedió con la rebelión popular de octubre de 2019. Hay algo en común, sí y ese algo en común es lo que más le interesa a este modelo, que es la “*alteración del or-*

den y la vida cotidiana". A esto lo podemos llamar el *modelo comercial segmentado*, como una forma de periodismo que surge hegemónicamente durante este cambio de siglo y que se ha naturalizado en el sentido común profesional de una buena parte de los y las periodistas, como la única forma posible de hacer periodismo.

Dicho modelo admite la existencia, en el campo periodístico nacional y mundial, de diversos planos informativos: algunos segmentados por criterios económicos, sociales y culturales, en el que se practica algo similar al periodismo "*como el de antes*", con más entrevistas, elaboración, seguimiento de las noticias y, también, otros como la TV "*abierto o de aire*", en la que predomina la infoentretención: la exacerbación del vínculo narratividad dramática/informaciones, en que lo colectivo o social se lee y explica desde lo individual y se narra en clave melodramática, despojándolo, por lo tanto, de toda la posibilidad movilizadora o problematizadora que pudiera tener; y la infonegocios: en que se difunde publicidad solapada o descaradamente como si fuera noticia. Este modelo de prensa dominante se asienta en un creciente proceso de segmentación con audiencias cada vez más específicas. Advertimos cada vez menos miradas sobre lo global y, con ello, la posibilidad de una lucha por la "*verdad social*" es reemplazada por la lucha de verosímiles en el mercado.

Este modelo de prensa dominante se presenta cada vez con menos visión global, cada vez menos con mirada de país, de sociedad, de futuro y, con ello, cada vez más despojada de aquello que caracterizó al periodismo del siglo XX. La lucha social ahora es una lucha de verosímiles, de mundos posibles. Lo verosímil no es simplemente lo similar a su referente, sino que lo habitual, lo que sucede la mayoría de las veces y que el sentido común está dispuesto a creer. Se basa en la naturalización del orden social e implica el desplazamiento de la política en su sentido más profundo.

A la vez, este modelo, basado en la segmentación social ha desplazado a las masas por multitudes, en la noción de Paul Virilio. Lo que tenemos, entonces, son multitudes y Virilio llama a eso una región intermedia entre lo individual y lo colectivo, que permite una diferencia política y social de los "muchos", en tanto que "muchos" -aunque no me voy a extender

en la dimensión política que eso tiene y que podría servir para entender lo que ha pasado en Chile-, sino que estos "muchos" son lo que Elizabeth Lozano llamó, en el ámbito comunicacional, "el sujeto nómada", que constituyen audiencias errantes que van del segmento a lo masivo y viceversa, sin distinción, sin fijarse en un lugar determinado.

Estas masas transformadas en multitudes, que pueden perfectamente segmentarse en un momento determinado, están conformadas por personas que son emisores y productores de información de todo tipo, y suben sus fotos personales y también suben el video del asalto en la esquina y lo graban desde la ventana. Lo curioso es que los medios se aprovechan de eso y lo incluyen en sus pautas y contenidos e, incluso más, convierten a esa actividad en el simulacro de que habría un poder igualitario de las audiencias con el que tienen los dueños de los consorcios. Esta apariencia de democratización y horizontalidad crea la ilusión de la igualdad de poder, a la que se le llama "empoderamiento ciudadano".

Lo importante es que, más allá de las operaciones discursivas de los monopolios informativos, esos "nómades" y esas "multitudes" generan o mantienen espacios de alternatividad y desarrollo de nuevas formas de difusión informativa. Tienen lo que comenzó en los años 1970, que es la posibilidad de reproducir en sus casas y para fines domésticos el audio; y, después, en los años 1980, el video y, después, con el cambio de siglo, lo digital. Entonces, hay un proceso largo en que, efectivamente, la sociedad y las personas se han convertido en productores/emisores (lo que algunos han denominado prosumidores). Con ello, se produce un cuestionamiento objetivo de la labor profesional, expresión del debilitamiento del pacto social que sustentaba la labor del/la periodista en el siglo pasado.

Por su lado, los y las periodistas viven y trabajan en un mercado laboral piramidal con un segmento superior que forma parte de la elite dominante, con evidente ajenidad ante la realidad social, y amplios sectores de base en condiciones de precariedad salarial y laboral, pero una ajenidad realmente increíble que los lleva a decir, recuerdo la frase, "no sabíamos que les molestaba tanto", ante las movilizaciones sociales del 2019, emitida por algún periodista que tiene el privilegio de estar en la cumbre



de esa pirámide. A la vez, la realidad profesional anterior convive, no sin dificultad y conflictos, con esos sectores de periodistas con problemas de precariedad salarial y laboral; en estos últimos dos o tres años, se han despedido dos mil o tres mil periodistas en distintos medios.

También es necesario señalar la transformación de las rutinas profesionales, asentando una burocratización creciente de la actividad versus la epopeya; el abandono creciente de esa pretensión formativa de una opinión pública y llegamos a una expresión que leí a un profesor que es la hegemonía de un “periodismo cortesano”. Es decir, lo que tenemos hoy en Chile como estrato dominante son periodistas de la corte, es el periodismo de los consorcios, es un periodismo que, por un lado, ejerce de vocero del poder y salvaguarda del orden social como valor supremo, y, por otro lado, con mucha pretensión, se erige en autoridad moral, que supervisa la conducta individual y colectiva de la sociedad, con tono de sermón, desde un sitial autoconstruido de superioridad ética, especialmente manifiesto en el periodismo audiovisual.

Si en 1967 los estudiantes de la Universidad Católica, que se habían tomado la casa central de dicho plantel exigiendo su reforma, pusieron el cartel “Chileno: El Mercurio miente”, ahora encontramos en las multitudes que se manifestaban en las calles, un “Apaga la tele, la prensa apunta, la policía dispara”, lo que no quiere decir que *El Mercurio* se haya reformado democráticamente. No es raro que hoy día exista una queja de periodistas y medios, que reclaman que no se les cree, que no se les valida, que no les respeta. Sobre todo por parte de las multitudes que se manifiestan en la protesta. Multitudes que no vieron en esa prensa un aliado o, al menos, un actor que pudiera servir de narrador, sino que se vieron enfrentadas a una suerte de tribunal que opera como custodio del orden y del poder.

Para terminar, entonces lo que cabe, frente a estas nuevas (y viejas) realidades del periodismo nacional, es hacerse preguntas, como por ejemplo: ¿Cuál es la articulación entre el capitalismo globalizado como carácter de la época y las nuevas formas y

tendencias del periodismo mundial y cómo se han manifestado en el periodismo local? ¿Cuáles son las tendencias fundamentales que predominan en los nuevos escenarios comunicacionales y periodísticos, marcados por la emergencia de plataformas mediáticas y cómo ha sido esa evolución histórica en el caso chileno? ¿Cuál es el mapa del campo periodístico chileno actual y con qué criterios construirlo? ¿Cuáles podrían ser las características centrales que definan el trabajo y la producción periodística en las condiciones actuales de flujo masivo de informaciones? ¿Quién está calificado y/o legitimado para distinguir el trabajo de un periodista de uno que no es periodista y cómo hacer esa diferencia si la hay?

¿Sobre qué bases reponer el pacto entre los y las periodistas y la sociedad, si es que se puede, que relegitime su rol en la sociedad? ¿Cuáles podrían ser los criterios fundamentales que orienten la formación de periodistas?

En definitiva: ¿De qué estamos hablando cuando hablamos de periodismo en la actualidad? ■

Nota

Este texto es la transcripción editada de la Conferencia Inaugural que el autor dictó en el VI Congreso de la Asociación Chilena de Investigadores de la Comunicación (INCOM), en noviembre de 2020, de manera virtual.

Sobre el autor:

Eduardo Santa Cruz es Profesor Titular de la Universidad de Chile y autor y coautor de varios libros sobre la historia de la prensa chilena y de su relación con el surgimiento y desarrollo de la cultura de masas y la configuración del espacio público en el país. Su más reciente libro es *La República de Papel: Prensa y sociedad en Chile, 1812-1840* (2021), editorial Palinodia e ICEI.