

Crisis de la verdad en el espacio público: cuestionamientos al periodismo predominante en Chile

Juan Avendaño Reyes

Estudiante Magíster Comunicación Política

FCEI

javendanor@gmail.com

R e s u m e n

El siguiente artículo analiza con perspectiva crítica el imperio de la *verdad* como concepto fundamental del desarrollo humano y del proyecto moderno. Revisará cómo esa idea de *verdad* transita desde el absoluto de la fe durante la Edad Media hacia el gobierno de la racionalidad que ofrece la Ilustración como punto de partida de la era moderna. Asumimos, también, los cambios profundos y constantes de las sociedades que se enfrentan a un capitalismo en desborde, generando medios de comunicación funcionales a la operativa de las élites. ¿Cuál es la verdad que se construye en la modernidad? Se evaluará en esa dimensión el rol del periodismo como eje del aparato comunicacional, cómo sus prácticas predominantes diluyen el concepto de verdad en el espacio público y cómo esto ha pavimentado el surgimiento de respuestas ciudadanas autónomas a través de herramientas tecnológicas y el uso de las redes sociales digitales.

Palabras clave

Verdad, Periodismo, Modernidad, Chile, Redes Sociales.

A b s t r a c t

This article critically examines the rule of truth as a key concept of human development and at the roots of modernity as an intellectual and political project. The essay explores how the idea of *truth* navigates over the Middle Ages, when faith was an absolute, throughout the Enlightenment, when rationality was settled as the cornerstone of modernity. We acknowledge deep and constant changes that societies are enduring while facing a capitalism covering everything, everywhere, supporting media functional to the elites. What is the *truth* built up during modernity? Under that frame, we explore the role of journalism as the axis of the communication apparatus, how its prevailing practices end up blurring the concept of truth in the public sphere, and, as a consequence, has paved the way for autonomous citizen responses emerging throughout technological tools and digital social media.

Keywords

Truth, Journalism, Modernity, Chile, Social Networks.

Introducción: ¿qué pasa con la verdad?

Algo pasa con la verdad. Uno de los motores fundamentales de la modernidad, la razón, que tiene su ancla fundamental en la búsqueda de la verdad, está en entredicho: es cada vez menos relevante para la toma de decisiones. De los gobernantes y los gobernados.

La búsqueda y las luchas por la verdad son dos de los aspectos que atraviesan la historia de la humanidad y de las distintas culturas. Ha operado como mecanismo de coerción, pero también como fijación de porvenires y estados deseados. Para el individuo, un trabajo incesante por descubrir la luz del conocimiento: la verdad nos hace libres. Para las sociedades, un impulsor fundamental en el nacimiento de los Estados modernos, que impusieron un modelo de verdad en tanto mito fundador. Que se asumió como parte de un relato de desarrollo como lugar deseado y aspirado por la humanidad. Una verdad que nos diera certezas y cerrara las fronteras a la anarquía. Un mito naciente de las democracias capaz de definir una hoja de ruta común. Según Castoriadis “lo verdadero no es nada y sólo el documento es verdadero” (1983, p. 155).

Asistimos a un cambio epocal. Tal como lo fue en el pasado el tránsito de la Edad Media a la Modernidad, hoy nos encontramos en medio de la crisis propia de un cambio de paradigma. Si antes fue la razón la que reemplazó a la fe como elemento articulador de lo público, hoy son evidentes los síntomas de que la razón comienza a ser desplazada por un nuevo motor, que aún no se nos desvela, pero que deja al descubierto las fisuras propias de las crisis del interregno de Gramsci (1999, p. 37).

Es evidente que lo que tiene que nacer no ha nacido y claramente aún la modernidad no ha muerto. Pero qué duda cabe que la institucionalidad pensada y articulada a partir de lo moderno, sufre de grietas relevantes que son expuestas por una multitud cada vez más efervescente y que cuenta hoy con una herramienta/arma al alcance de sus manos: el teléfono móvil.

Néstor García Canclini nos ofrece una mirada que permite alumbrar en la oscuridad. Afirma que el proyecto moderno muestra fisuras importantes y pareciera que no hay relato capaz de contener o explicar la realidad. No por falta de uno, sino que por la existencia de muchos relatos que compiten al mismo tiempo. La sociedad se transforma en un espacio de simulaciones. No sabemos bien qué hay detrás de lo que vemos ni cuáles son las fronteras entre lo artístico o la realidad. Hay un espacio performático en el arte que lo acerca a plantearse como un intérprete de la realidad, a partir de la evocación de una inminencia imaginada, pero que hace sentido. “El arte trabaja sobre la huella de lo ingobernable” (2010, p. 87).

En *La Comunidad Perdida*, José Bengoa propone que la modernidad se transformó para muchos países, entre ellos Chile, en un ideal de permanente aspiración. Que a través de ella se ha reemplazado la idea de comunidades por la de sociedades, dejando en manos de la expansión económica los anhelos de libertad modernos. Una peligrosa barrera por la que deambulamos entre el paraíso terrenal de tenerlo todo, al abismo de caer en el sin sentido.

Hay quienes no comprenden, ni soportan, que en medio del crecimiento económico exista malestar. Más aún, promovidos de un antiguo y trasnochado economicismo mecánico, creen que “lo que es bueno para el país también es bueno para cada uno de sus habitantes”. La historia muestra muchas veces lo contrario. Los momentos de mayor

efervescencia política no son aquellos de crisis y depresión, sino, muy a menudo, de existismo, crecimiento y euforia económica. Allí los diversos estratos de la sociedad sienten el irrefrenable impulso a participar de los bienes y bondades que el sistema otorga sólo a unos pocos, buscando de alguna manera, a veces de cualquier manera, respuesta a sus demandas insatisfechas. Así, una sociedad que no reflexiona sobre sí misma, sobre su cultura, sobre sus formas de integración, de solidaridad interna, puede avanzar irreflexivamente contra un muro en el que, sabiendo, se estrellará. (1996, p. 7)

Es razonable pensar que en el octubre de 2019 era cierto aquello del “Chile despertó”. Veamos: un millón 200 mil personas marchando, protestando, manifestándose en el centro de Santiago de Chile, cada una con una motivación, pero al mismo tiempo con alguna aspiración común, referida a un cambio en la forma de administrar el pacto institucional que ha dado vida a esta joven república de 204 años. Después de una semana de periódicas manifestaciones en cada ciudad del país, unas más violentas que otras, y que mantenían a la autoridad política en vilo, no hubo ese 25 de octubre de 2019 espacio para que el aparato represivo del Estado, militares incluidos, pudiera contener tal fuerza ciudadana movilizadora.

Qué cosa más curiosa: a poco más de 800 metros de esa masiva protesta (la más grande de la historia nacional) en el viejo palacio presidencial de La Moneda parecía no pasar mucho en las calles que lo rodean. Las vallas policiales dispuestas para contener multitudes destacaban por la pasividad de los pocos curiosos que se detenían. En realidad las personas caminaban en dirección contraria, para sumarse a la zona cero de la protesta: la recién bautizada Plaza de la Dignidad. Evidentemente esas vallas parecían insuficientes para poder contener, si así hubieran querido, a ese millón 200 mil personas marchando a La Moneda. No pensando en una especie de Golpe de Estado ciudadano, sino simplemente para hacer la protesta frente al lugar en el que se constituye el poder político, ahí donde se supone pueden emanar soluciones a las problemáticas ciudadanas, el lugar habitado por el Presidente/a de turno.

Mi sugerencia es que existía ese 25 de octubre esa certeza colectiva de que el espacio de acción del poder político fue sobrepasado y, por lo tanto, resultaba insuficiente para darle un relato a la protesta en tanto crisis política.

Si bien se trata de un fenómeno multifactorial, resulta interesante observar la máxima acuñada en el contexto de esa manifestación: “Chile despertó”. No deja de tener sentido que esa metáfora se pueda asociar a un estadio de ensoñación previo: un espacio onírico de divagaciones y de irrealidades. En definitiva un lugar en el que la verdad es suspendida para darle forma a un momento donde gobierna una imaginación involuntaria. No quiero confundir en este plano verdad con realidad, sino más bien catastrar que en el marco de aquella aseveración, la verdad opera como un mecanismo de nuevo punto de partida social: un nuevo pacto que se impone por la evidencia del agotamiento de una verdad que fue soñada pero nunca alcanzada.

Esta constatación nos invita a reflexionar en torno al imperio de la verdad en el espacio público. La verdad como motor fundamental de la construcción humana, su desarrollo espiritual, material y social. También nos obliga a visitar qué pasa con la institucionalidad

moderna que se asienta sobre la vieja idea kantiana del *atrévete a pensar por ti mismo*¹. Y para ser aún más precisos, hacer el cruce con el periodismo como agente central del espacio público y supuesto intérprete/divulgador de la verdad social.

Este ensayo pretende analizar las variables que permiten dar cuenta de los cambios que está experimentando el concepto de verdad en tanto mito fundador del pacto social que se asienta en los proyectos de Estados modernos. Desde esa premisa se pondrá en discusión cómo ese camino ha ido permeando en el espacio público a partir de la configuración de los nuevos elementos económicos, culturales y tecnológicos que han sido absorbidos por los medios masivos de comunicación, poniendo especial atención en cómo el periodismo, en tanto eje central del aparato comunicacional, transita hacia un margen ajeno al de su mito fundacional.

Pondremos atención en el caso de la prensa chilena y cómo ha ido perdiendo el espacio de credibilidad social que tenía asignado en función de la necesidad de la democracia de hacerla perdurar como proyecto posible, asumiendo la temprana responsabilidad de poder darle contenido y vigor al ecosistema de poderes constituidos, en conjunción con una clase política y cultural hegemónica. Veremos cómo ese tránsito llega a un punto sin retorno a partir de la globalización como hecho inherente del capitalismo, para cuestionarnos, en este contexto, si es que el modelo institucional del periodismo moderno tiene sentido en el marco de sociedades altamente dinámicas, críticas e informativamente desinteresadas de constituir en términos participativos del enjambre del poder.

Verdad: del mito, a la ilusión y el control. El periodismo entra en escena

Acaso una aspiración interminable de la humanidad, la verdad se asoma como un intangible lejano, inaccesible, imposible en muchos casos. La complejidad de la vida contemporánea la supone inasible y al mismo tiempo parte de un proceso necesario. El desvelamiento de un secreto que se ilumina sea para guiar, sorprender, encantar o entristecer. La dura, cruda y pura verdad.

El mito bíblico judeocristiano instala el mito de la verdad como un motor de revelación, pero al mismo tiempo de tragedias. La sitúa en la zona gris de aquel que dice ser el camino y la vida y del que castiga a hombre y mujer por querer saber más, por intentar develar el secreto celosamente guardado que encierra la vida.

La tradición griega plantea el nacimiento de la Filosofía como un acto propio del *Logos*, cuando logra despercudirse del *Mythos*. La palabra, dice Aristóteles, se asume a sí misma como el corolario de un proceso en el que interviene la razón y por lo tanto que logra constituir al sujeto como un ente dotado en la construcción de un común.

Sólo el hombre, entre todos los animales, posee la palabra. La voz es, sin duda, el medio de indicar el dolor y el placer. Por ello es dada a los otros animales. Su naturaleza llega

1 *Sapere aude* es una locución latina que significa “atrévete a saber”; también suele interpretarse como “ten el valor de usar tu propia razón”. Su divulgación se debe al filósofo Immanuel Kant en su ensayo *¿Qué es Ilustración?*, aunque su uso original se da en la Epístola II de Horacio del *Epistularum liber primus*.

únicamente hasta allí: poseen el sentimiento del dolor y del placer y pueden señalárselo unos a otros. Pero la palabra está presente para manifestar lo útil y lo nocivo y, en consecuencia, lo justo y lo injusto (1991, pp. 43-44).

Instinto y razón son las pulsiones de la humanidad que han pavimentado progresos, desarrollos, horrores y sistemas de vida. Una dialéctica que ha estado lejos de encontrar un punto en común. La modernidad, desde las preguntas hechas por los padres de la Ilustración, ha impulsado y fortalecido la idea de la racionalización como eje central del porvenir humano. Casullo plantea que existe la idea de que la ciencia es el verdadero camino hacia la verdad.

La cátedra va a tratar de disuadirlos de esta idea, va a plantear que un poeta solitario, quizás viendo un atardecer y pensando en su infancia, está más cerca de conocer la verdad que ocho años de estudio. Pero desde la perspectiva que estamos hablando, es precisamente el camino científico el que se va a imponer en este proceso de racionalización del mundo, como el discurso por excelencia del encuentro de la verdad (1999, p. 18).

El orden durante la Edad Media, ponía a la verdad dentro del campo del instinto. Fe y religión operaron como categorías suficientes para entender la existencia: no había más verdad que aquella que la divinidad era capaz de proveer y los pastores de sus iglesias intentaban descifrar. El retraimiento del Eros deviene en la pulsión de la racionalidad como elemento encausador. Según Marcuse “el principio de la realidad invalida el principio del placer: el hombre aprende a sustituir el placer momentáneo, incierto y destructivo, por el placer retardado, restringido, pero «seguro»” (1986, p. 29). El triunfo de la Ilustración fue girar el eje de la fe a la razón: la verdad no era una meta, sino un camino para el descubrimiento. Para que fuera posible el saber, era necesario pensar. Para conocer la verdad, lo imprescindible era saber.

El surgimiento de los Estados asoma como un desafío para los nóveles líderes que asumen la conducción de estas empresas públicas. Las universidades, como instituciones dedicadas a la búsqueda de las verdades a través de la producción del pensamiento y la ciencia, se instalan como faros de esa iluminación permanente.

La verdad, en tanto mito fundador, sufre impactos: para los Estados sugirió una herramienta suficiente para garantizar certezas. El surgimiento de las sociedades masa, constituyó la edificación de modos de vida funcionales para esos fines. Según Theodor Adorno,

los arquetipos de la actual cultura popular quedaron establecidos relativamente temprano en el desarrollo de la sociedad de clase media: hacia fines del siglo XVII y comienzos del siglo XVIII en Inglaterra. (...) las novelas inglesas de ese período, en especial, las obras de Defoe y Richardson, señalaron el comienzo de una actitud ante la producción literaria que conscientemente creó, sirvió y por último controló un “mercado” (1953, p. 15).

Los medios de comunicación aportan, en este contexto, el enjambre necesario para la ecuación de la modernidad: el surgimiento de mercados de alta interacción con lo popular controlado a través de certezas que operan con la fuerza de un aparato público fuerte.

Este rápido recorrido nos ilustra para advertir que, en el camino de la verdad se predisponen una serie de condicionantes que la suponen peligrosa para la vida común. La cuestión pública pasa a tener un rol central en la construcción del nuevo tiempo, incorporando en la

escena a poblaciones hasta ahora desplazadas o derechamente inexistentes, conformando un gran y nuevo grupo social.

En ese marco, el rol institucional de los medios de comunicación resulta clave para reforzar la edificación de esos códigos comunes que se mezclan con las certezas. Casullo relata así la transformación del periodista alemán Karl Kraus, considerado como uno de los padres de la prensa europea, pero que lejos de vanagloriarse con un proceso que le permitía acceder a un escenario insospechado de fama,

descubre el secreto de la gestación de una sociedad de masas que se desconoce a sí misma, que entra en absolutas irracionalidades, que es víctima de tremendas manipulaciones de las conciencias, en tremendas instrumentaciones de los sujetos; eso nuevo que él está viviendo en la Modernidad; el gran medio de masas, el diario. Kraus es el que anuncia la catástrofe del espíritu (1999, p. 35).

El periodismo construye desde su esencia un compromiso activo en la búsqueda de respuestas que asomen verdades. Sin embargo, dicha promesa parece hoy diluida a la luz de la evidencia que demuestra el ejercicio hegemónico en su proceder.

En el desafío impuesto para este ensayo es necesario determinar que la explosión del capitalismo a escala global ha impactado en todas las áreas de la vida común construida. El imperio de esta idea se instaló en prácticamente cualquier actividad humana que implique el uso del tiempo.

La publicidad y también el periodismo han servido como plataforma activa de este proceso. A través de sus mecanismos de operación han terminado por confundir el espacio del nosotros, articulando un lenguaje propio que ampara el objetivo central del orden de violencia constituido.

El caso del periodismo en la discusión respecto de la verdad, parece ser el más relevante en este sentido. Al instalar como prioridad institucional la supervivencia económica de sus operadores, transforma el ejercicio noticioso en la confección de un producto que antes de ser entendido, debe ser consumido y por lo tanto, capaz de venderse. “Que la verdad no te mate una buena historia”², es un viejo adagio del periodismo estadounidense que desde mediados del Siglo XX impactó fuertemente en las salas de redacción de todos los periódicos. La aparición de la televisión como plataforma, facilitó aún más la comercialización de aquellas historias, relegando la verdad, necesariamente, a la constitución previa de un relato capaz de impactar emocionalmente a públicos masivos.

70 años de esta práctica periodística (salvando excepciones honrosas, pero al mismo tiempo inoficiosas para cambiar el modelo) han impactado en la construcción de un espacio público carente de certezas de realidad. En el que la verdad ha sido transformada a través de elementos de comercialización y, en muchos casos, ha vuelto a enclaustrarse en grupos específicos que no encuentran en ese espacio público común, un camino que sea capaz de iluminar el viejo anhelo del ser humano moderno de liberarse del *mythos* a partir del *logos*.

2 Frase atribuida a William Randolph Hearst, magnate de la prensa norteamericana, promotor del “*I Make News*”.

¿El Periodismo como fuente de verdades?

Una de las particularidades del periodismo como profesión es que cuenta con una abundante gama de catedráticos y reporteros que nutren un glosario de términos y refranes igual de contundentes. La mayoría de ellas versan sobre el deber ser del periodista en su función. De todas ellas, una de las que más ha calado en los últimos tiempos y que ha sido acuñada por distintos usuarios en redes sociales es: “si una persona dice que llueve y otra dice que no, tu trabajo como periodista no es darle voz a ambas: es abrir la puta ventana y ver si está lloviendo”³.

El origen de la frase es indeterminado, ha sido replicada por múltiples personalidades en los últimos años. Por ejemplo, el cantante español Ismael Serrano la transformó en viral en 2021 en medio del debate sobre la efectividad de las vacunas contra el C-19 y la tentación de muchos medios ibéricos de entrevistar a personajes contrarios a la inoculación masiva. Mucho hay en el reclamo del artista sobre la necesidad de clarificar qué es el periodismo en nuestros tiempos y cuál es su compromiso con la verdad.

Qué podemos responderle a Ismael Serrano y a las y los más de 22 mil seguidores que le dieron like a su publicación. Parecen números contundentes como para pensar que en realidad existe una mayoría ciudadana muy de acuerdo con el fondo de su texto. Por qué no habrían de pensar algo distinto si en realidad el periodismo siempre ha funcionado bajo el amparo de ser un faro de luz que alumbró los caminos oscuros de la modernidad. Que está ahí para poner en su lugar lo que debe ser. Ese es el pacto que permite que cumpla un rol social articulador e insustituible entre el Estado y la ciudadanía y que contribuye en la conformación de una opinión pública garante de la democracia.

Sin embargo, basta con echar un vistazo de no demasiada profundidad a las principales noticias de los medios masivos de prensa, para constatar que de “abrir la puta ventana” hay poco. Ya mucho se ha dicho al respecto de las razones ideológicas detrás de los dueños de dichos medios, que operan con amplios tentáculos consolidando en pocas manos los derechos de la gran mayoría de ellos y que María Olivia Monckeberg relata de manera excepcional en sus textos⁴. Me gustaría, en todo caso, detenerme en las prácticas periodísticas como mecanismo de repetición que terminan pavimentando la justificación de cualquier noticia. Esta forma predominante de ejercer la profesión, a través de la automatización de prácticas, procesos y cultura noticiosa, ha permitido que interpretaciones mañosas de la realidad terminen en titulares grotescos o derechamente mentirosos. En la dictadura chilena se dieron muchos ejemplos de una prensa servil en ese sentido. Pero ¿qué pasó durante el retorno a la democracia y qué hay en nuestros tiempos respecto de esa forma de ejercer la profesión?

Para aproximar una respuesta el primer punto de la tabla nos obliga a recordar siempre que bajo cualquier punto de vista, aquellas prácticas periodísticas se ejecutan en función de medios de comunicación que son, antes de todo, empresas. Su naturaleza, por tanto, las obliga a sobrevivir a la presión económica diaria de generar recursos: sea para beneficio de sus dueños o, simplemente, para costear el trabajo mínimo de sus funcionarios. Esta

3 <https://twitter.com/SerranoIsmael/status/1364975449772855300>

4 Ver: Monckeberg, María Olivia: *Los Magnates de la prensa*, Random House Mondadori, 2009. Santiago.

constatación nos ayuda a entender que las noticias son -en esta idea- productos y los periodistas o reporteros sus productores. La presión editorial sobre esos productores no sólo tiene que ver con los contenidos, sino también -y sobre todo- con las formas. En el proceso de titular una nota, en la plataforma que sea, una de las exigencias básicas de la actualidad es que tenga un llamado atractivo para generar el interés lector. A este fenómeno se le ha terminado denominando como *clickbait*, que en términos sencillos implica que se ponen los esfuerzos editoriales de la producción noticiosa en extremar recursos para que el internauta termine clicando un *link*. Eso, dicen los expertos del *marketing*, garantiza tráfico en las páginas *webs* y esa mayor visita es posible traducirla en mayores ingresos por publicidad.

En una segunda dimensión, resulta pertinente dar una mirada hacia lo que hemos llamado “prácticas periodísticas predominantes”. Un resumidero de acciones y patrones que establecen una determinada forma de entender el periodismo en su ejercicio profesional. Como advierten Stange y Salinas:

Frenesí, búsqueda de la verdad, “olfato”, independencia, honestidad: los elementos con los que periodistas y públicos construyen el mito de la profesión, aquella imagen a partir de la cual se dota de sentido la práctica periodística. Este mito opera a la vez como sentido común respecto a lo que es y hace el periodista. De esta forma, el mito no invisibiliza el proceso de producción de las noticias: al contrario, lo exhibe al modo de una práctica “ideal” que permite sancionar lo que es el “buen” periodismo y distinguirlo del “mal” periodismo. La verificación en la realidad de esta práctica ideal aseguraría la buena calidad de las noticias y, por tanto, el cumplimiento del rol social del periodista como mediador (Stange y Salinas, 2009, p. 10).

La tradición funcionalista de los medios de comunicación ha permeado con fuerza la actividad periodística y la ha dotado de un ecosistema propio. En palabras de Bourdieu “un campo”⁵ que le permite autogenerar insumos, promover vocerías y liderazgos en distintas áreas del quehacer social, y justificar su acción continua y permanente en el espacio público. La idea del periodismo como “el Cuarto Poder”⁶ lo instala como miembro permanente del aparato moderno, con cuyas herramientas los Estados, empresas y las élites, pueden controlar los tiempos de lo público. La producción noticiosa requiere de una serie de condicionantes. Podemos encontrar en distintos autores del estructural funcionalismo modelos de comunicación (Shannon y Weaver, por ejemplo) y manuales de periodismo que han permitido construir, más allá de toda duda razonable, un oficio de características profesionalizadas, con estándares de certificación noticiosa. Qué, Quién, Cómo, Cuándo, Dónde y Por qué, son, hasta el día de hoy, las preguntas que todo periodista se formula al enfrentarse a un hecho noticiable y las bases de enseñanza de la mayoría de las universidades que imparten la carrera de periodismo y comunicaciones.

Volvamos, en este punto, al reclamo de abrir la ventana, que asoma como una de las normas mínimas exigibles. La sociedad pareciera esperar del periodismo una función de

5 Pierre Bourdieu definía la idea de “campo” como el de un ecosistema de relaciones de poder entre agentes o instituciones, en el que se desata una lucha por el monopolio, pero al mismo tiempo un área de supervivencia común que le permite sostenerse en el tiempo.

6 Frase adquiere popularidad en 1787 cuando el filósofo Thomas Carlyle se la atribuye al político irlandés Edmund Burke, quien la pronunció en la Cámara de los Lores para referirse a la prensa sentada en las tribunas.

certificación de verdades, pero las prácticas periodísticas predominantes, sólo nos sugieren un tipo de periodismo vinculado con la exhibición de opiniones basadas en rutinas acordadas y establecidas, como señalan Stange y Salinas: “Las prácticas periodísticas no se verificarían según su correspondencia a un modelo de “buen” periodismo, sino que solamente garantizarían la repetición de un conjunto de operaciones que dan forma al discurso periodístico y que están autovalidadas por el funcionamiento del medio” (2009, p. 10). Se generan balanzas equilibradas en el contexto de un constructo social que requiere de aquella estabilidad. Y con un compromiso fiscalizador del poder que justifica su rol de defensa ciudadana fundamental para el desarrollo del tipo de democracia que se ha construido en la modernidad.

El reclamo por la búsqueda de la verdad que se hace en Twitter pone en cuestionamiento el corazón del mito fundador del periodismo. De qué sirve (porque se entiende como servicio) el periodismo si las respuestas, las verdades, las certezas, las podemos encontrar por vías más directas, menos mediadas y aparentemente más independientes. Los usos de internet, en este ámbito, han pavimentado cambios profundos en las mentalidades sobre lo común.

Periodismo, verdad y redes: relaciones, tensiones, pretensiones y responsabilidad

Qué duda cabe que las redes sociales han dinamizado los procesos noticiosos a una velocidad de vértigo. Hace 10 años la dinámica periodística obligaba a revisar los periódicos matinales de circulación nacional esperando “golpes noticiosos”. Pero la máxima de que la noticia no espera ha encontrado en las redes sociales su mejor aliado.

Byung-Chul Han, citando a McLuhan, afirma que “la tecnología eléctrica ya está dentro de nuestros muros y estamos embobados, sordos, ciegos y mudos ante su encuentro con la tecnología de Gutenberg” (2014, p. 6), en un anticipo de lo que vivimos en nuestros tiempos con el imperio de internet y de los aparatos que se han creado para su uso. El periodismo se ha visto afectado en muchos sentidos, sobre todo en la competencia por la verdad.

Hoechsmann, Carr y Thésée afirman que “estamos mutando desde la existencia humana del homo sapiens (el ser humano que sabe) a un homo communicate (el ser humano que se comunica)” (Aparici, 2020, p. 11). Una nueva realidad en el que comunicar lo es todo. Por eso este nuevo nicho digital ha sido asumido por las salas de redacción como un frente en sí mismo, destinando a su revisión constante equipos de periodistas para pesquisar las búsquedas informativas diarias necesarias. ¿Estamos en presencia de un nuevo -o una ampliación del- espacio público? ¿Se puede pensar en un espacio público a partir de instrumentos privados digitales, que además son intencionados a través de algoritmos que condicionan los temas que cada usuario visita de acuerdo con los intereses que demuestra inconscientemente?

Para el periodismo no parece haber espacio para esa discusión. La mayor parte de los medios actuales están optando por sacar a sus reporteros de las calles y los tradicionales frentes noticiosos, para dejarlos frente a un computador o celular, revisando durante todo el día las redes sociales buscando información y también generando insumos para subir a

sus propias plataformas de noticias. En otros, el concepto de “multimedialidad”⁷, es el que controla los gobiernos editoriales, que buscan periodistas capaces de producir contenidos para distintas plataformas: una misma noticia contada en televisión, narrada para radio, escrita en lenguaje web y resumida en 140 caracteres para Twitter. Habría que sumar ahora un buen Reel para plataformas como Instagram y Tik Tok, que ya son parte del engranaje cotidiano de la mayoría de los medios tradicionales.

Pero esta misma vorágine ha sido pábulo para que el imperio de las verdades sea puesto en duda. No son pocas las falsas verdades que circulan en la Red y que son contadas en formato noticioso. Ya sea por inescrupulosos que usan cuentas con perfiles falsos o que intentan imitar a los grandes medios de comunicación. Un fenómeno hoy conocido como *Fake News* o posverdad, en el que, de acuerdo a Aparici,

nos mostramos seducidos por una falsa promesa de empoderamiento en las redes cuando prácticamente lo único que encontramos es diversión hasta morir y una reclusión en polos ideológicos que refuerzan nuestros gustos, emociones y retuits. Nosotros, cada uno de nosotros, somos los verdaderos actores de la posverdad (2020, p. 12).

Las salas de redacción y las nuevas generaciones de periodistas han instalado con fuerza en los últimos años el concepto de *Fact Checking*, como mecanismo fiscalizador de las verdades transmitidas, principal pero no únicamente, a través de redes sociales. En rigor puede ser utilizado en cualquier ámbito que se produzca o genere información, pero en el caso del uso de internet se ha vuelto primordial atendido el alto flujo informativo y el aparente interés ciudadano por comentar, opinar, criticar o participar del debate público.

Una forma de graficar cómo opera el sistema, es lo ocurrido el 12 de julio de 2022 en Arica. Cerca del mediodía comenzó a circular por Twitter una fotografía de un pez Remo capturado por pescadores artesanales. El usuario que subió la foto advertía que dicho hallazgo para los pescadores japoneses representaba el augurio de catástrofes, como terremotos o tsunamis. La imagen tuvo amplia difusión y pronto pasó a ser parte de los *trends*⁸ del día. No fueron pocos los medios digitales que dieron cuenta de esto, sin profundizar ni cuestionar mayormente. Sin embargo, al día siguiente, a través de La Tercera en la que hoy es su sección “Qué Pasa”⁹, se firma la siguiente nota¹⁰:

7 Concepto acuñado por Lev Manovich en su texto *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación*. Paidós. 2001.

8 Modo en que se denominan los temas tendencias del momento.

9 Era una revista de temas científicos que fue cerrada por decisión de Copesa que además de advertir problemas económicos para mantenerla en papel, afirmó que la nueva era del periodismo lo digital tendría tanta o más relevancia que el papel.

10 Noticia publicada el 13 de julio de 2022 en <https://www.latercera.com/que-pasa/noticia/coincidencia-tras-aparicion-de-pezu-que-anunciaria-terremotos-arica-registra-fuerte-temblor/IGNBJT4YXBEKTP-TOU5ZVSKZCGE/>



¿El detalle? La lectura del texto de la nota dice precisamente lo contrario del titular: consultados los expertos en la materia, concluyeron que no existe relación alguna entre la aparición del pez, un leve temblor ocurrido por la tarde y el presagio de una catástrofe mayor.

¿Por qué se decide titular con un texto que no se condice con el espíritu de la nota? No podemos acusar que se cuenta una mentira, por el astuto (o conveniente) uso de un tiempo condicional y la elaboración de una pregunta, pero resulta evidente que hay un exceso de permisividad y, a lo menos, un desliz poco prudente, posible al amparo de una rutina de producción que valida el hacer una noticia de esta característica: “la lógica de la producción de noticias, por un lado, administraría los acontecimientos que constituyen la realidad social y, por otro, definiría un circuito cerrado y rutinario para esta administración” (Stange y Salinas, 2009, p. 21).

Esta peligrosa relación del periodismo hegemónico con su objeto de trabajo y estudio ha permeado durante años en las personas que los leen, ven o escuchan. En esta era digital, dice Han, “los participantes en la comunicación no consumen las informaciones de modo pasivo sin más, sino que ellos mismos las engendran de forma activa. Ninguna jerarquía inequívoca separa al emisor del receptor. Cada uno es emisor y receptor, consumidor y productor a la vez. Pero esa simetría es perjudicial al poder” (2014, p. 9). Lo relevante es que se rompe con un pacto entre las partes. Esta es, a mi juicio, una de las principales razones para que durante la Revuelta del 2019 en Chile, buena parte del flanco de críticas se la llevaran los medios y las principales tenían relación con la falta de confianza en la información que se emite y las garantías que existen de credibilidad.

En el ejemplo descrito, no podemos acusar a La Tercera de no hacer un esfuerzo por “abrir la ventana”. De hecho en la nota hay un trabajo intenso por recurrir a fuentes científicas para abordar el tema. Pero no es suficiente para evitar que a la hora de titular, se opte por una fórmula que abre el espacio a las dudas y el enigma.

La relación que establece el periodismo con la ciudadanía, a partir de la ejecución de esta forma de ejercer la profesión, también es posible entenderla y explicarla en el marco de una transacción empresa/consumidor. Es el medio ofreciendo una lectura de interés a partir de un gancho emocional que se traduce en un rédito comercial. “Es Mauro Wolf (1997) quien plantea que el *newsmaking* debe incorporar, como parte de su análisis e incluso como objeto de estudio, una serie de dimensiones que exceden las operaciones concretas planteadas más arriba: los desarrollos tecnológicos, los cambios en la propiedad de los medios, la segmentación de los públicos, etc” (Stange y Salinas, 2009, p. 18).

A nivel de efectos, el funcionalismo ha entrado en el estudio de estos sobre las audiencias a través de encuestas, las que han catastrado la pérdida de confianza de los encuestados sobre los medios. Sin embargo, estos estudios no nos permiten adentrarnos en los cambios de paradigmas que van surgiendo en las capas profundas de las sociedades que se ven enfrentadas a comunicaciones mañosas y antojadizas. No resulta extraño pensar, entonces, que tal pérdida de confianza que muestran las encuestas sea la punta de un iceberg sobre el cual el periodismo se estrelló de forma irreparable, en vínculo con su compromiso fundamental con la verdad y la ética profesional.

De qué otra forma entender que se pongan en duda las viejas certezas sociales que amparaban el pacto ciudadanía/poder, sino es porque la traición perpetró de tal manera el inconsciente colectivo, que el cambio de mentalidad se generó sobre sus propias narices, haciendo imposible reparar ante la ciudadanía el rol de una prensa que estaba llamada a abrir la ventana para ver si está lloviendo, pero que termina no descartando la probabilidad de una tormenta a pesar de haber encontrado un día despejado.

Hacia un nuevo periodismo

El nuevo mundo, que avanza a velocidad 5G, requiere de rápidos movimientos que anticipen el gran problema que sugieren los modelos que abren las aplicaciones móviles. Probablemente el principal de ellos es la capacidad inagotable de presentar como verdades historias ficticias o derechamente falsas.

Poniendo en juego la misma lógica que permite que esta población emergente pueda hacerse parte de causas y se haga parte de movimientos, las falsas verdades se riegan y esparcen con facilidad asombrosa, abriendo flancos complejos para la vida común. Cualquiera se puede transformar en vocero de lo que quiera. Según Castells es “el triunfo de la política personalizada”, donde “la difamación y el rumor pasar a ser el arte dominante en política” (2006, p. 10).

Estas máculas son posibles, precisamente, como parte de la crisis de la idea de una verdad única o liberadora. Y se expanden en la necesidad de la nueva población de ser parte de comunidades que las acojan, más allá de la verosimilitud de sus demandas.

Además, el debilitamiento del periodismo en su rol contralor permite que este tipo de historias se difuminen sin capacidad aparente de poder contenerlas. Cabe preguntarse si es que resulta necesaria la idea de una verdad que se asome como faro de luz en la oscuridad.

El desafío de quienes nos dedicamos a las comunicaciones es mayúsculo en todo sentido. Que la verdad no sea una causa perdida depende de muchos factores que no se vinculan necesariamente a la gestión de una mejor comunicación, pero es evidente que existe un correlato ineludible del cual es necesario hacerse cargo.

Y para emprender esa tarea, Foucault ayuda a entender que “una de las primeras cosas que deben comprenderse es que el poder no está localizado en el aparato de Estado, y que nada cambiará en la sociedad si no se transforman los mecanismos de poder que funcionan fuera de los aparatos de Estado, por debajo de ellos, a su lado, de una manera mucho más minuciosa, cotidiana” (1991, p. 80). Es decir, dichos cambios no son posible -o no solamente- de jugarse en el terreno del poder político tradicional, en función de proyectos electorales que presuman transformaciones del modelo.

Para dar cuerpo a la idea de una resistencia organizada, Negri y Hardt instalan la idea de “Multitud” (2004, p. 127) para establecer una nueva nomenclatura que permita superar los anclajes del proletariado o pueblo como concepto de la izquierda de fines del Siglo XX. La Multitud se entiende como una respuesta a un mundo en guerra total, dice Negri, ante la estrategia desatada por el imperio por controlar y tutelar un orden mundial que se autoimpone a través del triunfo cultural permanente que le permite no sólo ser pensado, sino que asumido y deseado. La Multitud es una forma de resistencia que juega en el terreno de lo comunitario -acaso el punto débil del imperio- y lo instala en formato de lucha urbana a través de las herramientas tecnológicas de redes que permiten como nunca en la historia de la humanidad, interconectarse entre los sujetos a escala global.

La explosión de las redes sociales, además de generar estas disrupciones deformativas de la verdad, y del peligroso desliz hacia el control psicopolítico que las élites intentan a través de los mecanismos de la *Big Data*, también abren una serie de alternativas insospechadas en el contexto de lo público. Millones de personas en todo el mundo se conectan en forma simultánea a eventos, se convocan a actividades (virtuales y presenciales), comparten experiencias y modos de vida. Oriente ya no parece tan lejano, ni África un continente inexplorado. El mundo empieza a verse con nuevos ojos en un nivel de traspaso cultural, hasta ahora, nunca antes visto. Una pulsión nueva sobre lo cotidiano en un nivel global, donde lo propio es también parte de un orgullo colectivo. Como explica Norbert Lechner “el interés por la vida cotidiana se debe a un descontento con la vida cotidiana (...) cómo a raíz de la vivencia subjetiva de esa desigualdad estructural, las prácticas cotidianas producen (transforman) las condiciones de vida objetivas” (1987, p. 153).

Mi sugerencia es que la ciudadanía ha transitado desde la búsqueda de las verdades, hacia la de significaciones sociales que generen un sentido colectivo de pertenencia y estabilidad. Basta con revisar los comentarios que genera una noticia publicada en un medio tradicional de prensa, para entender que el valor de la verdad en el Espacio Público ha sido permeado por la posibilidad de muchos y muchas por poder expresar sus sentimientos, filiaciones, pareceres e indiferencias con lo que se publica.

Esta aparente ebullición de querer ser parte del relato social, lo encontramos también en las voces de reclamo contra los medios y el periodismo en distintos niveles. Saavedra Utman refiere que la idea del “no nos escuchan” y “nuestra voz no se oye” como reclamo permanente en las manifestaciones populares de los últimos años, dan cuenta de una ausencia intencionada de parte de las élites dominantes en democracias de baja intensidad. En este nivel, afirma, la voz se asume como un bien común necesario para la supervivencia social, pero que se encuentra expropiado.

Así tal como ha ocurrido con los bienes fundamentales para la vida, como el agua y los bosques, la voz aparece como un bien común fundamental para la existencia de lo político y la vida en común, que ha sido expropiado en tres niveles: en tanto recurso; relación; y legitimidad de las personas como sujetos del habla (2019, p. 17).

Para construir un habla de lo común es fundamental abrir los espacios de las voces expropiadas. Un ejercicio para el que el modelo predominante de periodismo, al amparo de la industria de la comunicación, no está en condiciones de asumir. Cómo pensar en un periodismo que no sólo permita abrir debates, sino abrirse a escuchar a las distintas voces que construyen la sociedad. Una tarea que las Redes Sociales, en su inorgánica constitución permite a pesar de los algoritmos y aspectos comerciales del negocio del internet.

Es necesario un nuevo periodismo que dé a luz a nuevos medios que estén en línea de una democracia de alta intensidad, donde la política sea parte de la acción ciudadana cotidiana.

Esta simple pero profunda observación nos puede ayudar a entender de mejor manera el rol de los medios y los periodistas para asumir una función que no sólo permita “abrir la ventana para ver si está lloviendo”. Hoy existe una posibilidad de pensar en medios que sean puentes que permitan una comunicación que logre superar los anquilosamientos que propone el mercado y las élites, no pensando en que son cuestiones que no deban ser parte, sino que entendiendo que la construcción de lo público necesita de nuevas voces. En realidad, de todas las voces.

Bibliografía

- Adorno, T. (12 de octubre de 2023). *Televisión y Cultura de Masas*. MIA. <https://www.marxists.org/espanol/adorno/1954/0001.html>
- Aparici, R y García-Marín, D. (2020). *La posverdad. Una cartografía de los medios, las redes y la política*. Gedisa.
- Bengoa, J. (1996). *La comunidad perdida: ensayos sobre identidad y cultura: los desafíos de la modernización en Chile*. Ediciones Sur.
- Han, B. C. (2014). *En el enjambre*. Herder.
- Castells, M. (2006). La Nueva Comunicación. En VV.AA., *La Nueva Comunicación*. Editorial aún creemos en los sueños.
- Casullo, N. (1999). *Itinerarios de la Modernidad*. Eudeba.
- Castoriadis, C. (1983). *La Institución Imaginaria de la Sociedad*. Ediciones Tusquets.
- Foucault, M. (1991). *Microfísica del Poder*. La Piqueta.
- García Canclini, N. (2010). *La Sociedad sin Relato, el arte de la inminencia*. Katz Editores.
- Gramsci, A. (1999). *Cuadernos de la cárcel Vol.2*. Era.
- Lechner, N (1987). *Los Patios Interiores de la Democracia, Subjetividad y Política*. FLACSO.
- Marcuse, H. (1986). *Ensayos sobre Política y Cultura*. Planeta-Agostini.
- Martín Barbero, J. (1987). *De los Medios a las Mediaciones. Comunicación, Cultura y Hegemonía*. Ediciones G Gili.
- Negri A, Hardt T. (2004). *Multitud. Guerra y Democracia en la era del Imperio*. Editorial Debate.
- Salinas, C. y Stange, H. (2009). *Rutinas Periodísticas Discusión y trayectos teóricos sobre el concepto y su estudio en la prensa chilena*. Cuaderno de Trabajo Universidad de Chile.