

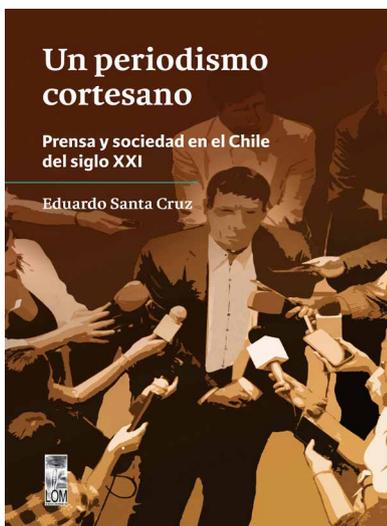
Un periodismo cortesano. Prensa y sociedad en el Chile del Siglo XXI

Eduardo Santa Cruz (2024).

Un periodismo cortesano. Prensa y sociedad en el Chile del Siglo XXI.

Santiago: LOM Ediciones.

196 páginas.



El periodismo cortesano es un libro que aterriza la mirada del profesor Eduardo Santa Cruz sobre la historia del periodismo en Chile y las transformaciones que experimentó la profesión en lo que va del siglo XXI. En esencia, este libro propone una historia de la conformación y las transformaciones de las noticias como producto del proceso de producción de estas últimas y el rol del periodismo y de la industria periodística en relación con las mutaciones de la sociedad chilena hasta los tiempos digitales. Plantea la siguiente e incómoda pregunta —más aún si la formulamos desde las escuelas de periodismo—: ¿Sigue existiendo lo que llamamos “noticia” y “periodismo”?

El libro muestra cómo el mercado es un dispositivo de disciplinamiento y

control del trabajo periodístico que, en Chile por lo menos, mantiene la profesión en una posición y una relación cortesana a las élites y cómo esto se reconfigura en la época digital. La sentencia del autor es clara: estamos frente “al predominio total de la dimensión económica de las estrategias de los medios que no solo subordina a las otras dimensiones [entre líneas, política y periodística], sino que las instrumentaliza tras la búsqueda de beneficios” (p. 154). Eduardo Santa Cruz y Carlos Ossandón (2001) ya han abordado hace mucho tiempo las raíces históricas de esta mercantilización, desde distintas preguntas formuladas en el libro de Santa Cruz, de manera muy general para marcar etapas: ¿Cómo el Estado financió la prensa republicana en contra de la prensa real? ¿Cómo surgió el diario comercial que introduce el aviso? ¿Cómo se masifica e industrializa la prensa? ¿Cómo se comercializa y transnacionaliza el sector mediático en los grandes consorcios?

El autor nos recuerda cómo impacta la concentración y centralización de un mercado noticioso y publicitario de tamaño reducido; cómo el trabajo periodístico está condicionado por la competencia por “más y mejores” audiencias (p.154), cuyo consumo es esencialmente variable y volátil (día tras día; incluso, hora tras hora); cuáles son las ideas, instrumentos e indicadores (el *rating*, por ejemplo) que conducen esta economía y cómo se concreta en decisiones estratégicas y periodísticas (alargar un comentario, repetir la imagen, usar un lenguaje básico, ángulos —que hoy privilegian experiencias y sentimientos individuales, la pasión, la proximidad, la inseguridad—, etcétera).

Cuestiona, también, cómo se han regulado y cómo se regulan las comunicaciones y el periodismo —desde el *laissez-faire* hasta la apuesta por no tener política pública—. Asimismo, cómo se han precarizado las condiciones laborales de los y las profesionales, tanto sus contrataciones y los imperativos laborales como los riesgos

de despido y la ausencia de seguridad laboral. Nos recuerda sutilmente que no podemos olvidar que la fuerza de trabajo es la variable de ajuste sobre la que los magnates de la prensa tienen control. Y, retomando la tesis de Claudio Salinas y Hans Stange (2015), Santa Cruz afirma que, hoy, el profesional es un burócrata, subordinado a los intereses económicos, políticos e ideológicos de las empresas periodísticas, hasta ver en el “autoemprendimiento” periodístico una figura de la profesionalidad actual. En contraparte, los “rostros” son las figuras-modelo que permiten mantener un imaginario de éxito y la señal de una competencia para oportunidades y posiciones que se miden proporcionalmente a su cercanía con las élites.

Otra dimensión del texto es más bien política. Hace resonancia con la pregunta que consiste hoy en buscar las razones de las grandes fortunas —a nivel mundial y chileno, pensemos en Luksic y Canal 13—, para invertir en un sector que suma pérdidas y fuerte incertidumbre; y por qué los gobiernos —especialmente de extrema derecha— buscan tanto influir en la producción noticiosa, si los indicadores y métricas muestran más evitación que interés en el contenido informacional. Para el caso nacional, por lo menos, Santa Cruz formula una primera afirmación: el periodismo “ejerce de vocero del poder y salvaguarda del orden social como valor supremo” (p. 152). En otras palabras, es una profesión conservadora que privilegia la continuidad por encima del cambio, lo que ofrece ventajas para que perdure la “economía moral” (Thompson, 1989) y el ejercicio instituido del poder, una estabilidad que retribuye a los negocios y la obsesión por la productividad y el crecimiento económico de los países.

Estos mecanismos de legitimación de lo instituido y el orden imperante se encuentra en la agenda mediática (que, por ejemplo, produce el sentimiento de inseguridad y administra el miedo), la obsesión por las fuentes gubernamentales que operan el sen-

tido de la actualidad, la dependencia a la “información subsidiada” —es decir, “el contenido producido y entregado gratuitamente por agencias de relaciones públicas o consultoras comunicacionales a los medios” (p. 154)—. Este mecanismo opera también en el ejercicio de una influencia al hacer y deshacer estatus y prestigio de competidores para ser “reyes” o, incluso, “consejeros del príncipe”.

Una segunda afirmación plantea que el periodismo “se autoerige en autoridad moral que supervisa la conducta individual y colectiva de la sociedad, habitualmente con un tono de sermón, desde un sitial autoconstruido de superioridad ética” (p. 152). Dicho de otro modo, el mercado y el *marketing* promueven un discurso autorreferente de periodista-testigo auténtico de lo real, lo que provoca una erosión de lo público, al buscar resguardar la normatividad oficial sobre los valores, el bien y el orden. Ello reduce lo político y lo público al ámbito de la mera gestión o administración y revela, entre líneas, la transferencia de la intermediación de grupos profesionales, políticos, gremiales, asociativos u otros, a los consumidores.

Finalmente, el periodismo cortesano reconoce la vocería y la autoridad moral de la profesión, “especialmente manifiestos en el periodismo audiovisual” (p. 152). Eduardo Santa Cruz reconoce la televisión (podríamos decir, lo audiovisual) como principal medio usado para informarse en una época donde las preguntas se orientan a saber cómo la digitalización impacta el

periodismo. Tres aspectos se revelan del análisis de Eduardo Santa Cruz: Primero, la televisión es el escenario de lo público, pero “entendido como una suerte de prolongación o sumatoria de problemas individuales de segmentos de audiencia” (p. 159). Segundo, despliega la lógica de flujo que hoy se diagnostica y evalúa en relación al mundo digital (desde las mezclas entre géneros televisivos, su programación en parrilla y hasta el mismo cruce de ofertas televisivas). Tercero, desdibuja los límites entre ficción y realidad desde lo melodramático.

Múltiples perspectivas también están contenidas entre líneas en el libro. Abre, de nuevo, una pregunta silenciada hace demasiado tiempo: la acción pública en comunicación. Ante la ofensiva del mercado de la desinformación, me pregunto qué y cómo priorizar una acción pública que involucre los diversos actores comprometidos.

También se lee en innumerables oportunidades conceptos relacionados con el tiempo: Desde la flexibilidad que reemplazó la bohemia del día laboral, hasta las relaciones temporales entre relato y discurso periodístico, los tiempos del mercado que funciona en un flujo continuo (24/7) en el cual el golpe periodístico pierde su valor ante lo efímero cuando la noticia en desarrollo y la serialización se hegemonizan, disputando los formatos y lenguajes noticiosos. El autor habla de una “estética de la fragmentación que se actualiza diariamente, como en una continuidad sin fin” (p. 165), lo que cuestiona la relación entre ficción y noticia.

También hace falta cuestionar las materialidades de las prensas —jugando con la polisemia de la palabra, en una época donde ya no se necesitan rotativas— que enmarcan, para no decir condicionan, el trabajo noticioso. Facilitan y restringen las posibilidades periodísticas, evitan ciertas potencialidades discursivas, las enmarcan a través de la jerarquización, la priorización, incluso la misma distribución de las “noticias”.

Otra apertura de la reflexión remite a la geografía y las escalas del país, a la prensa regional y local así como la administración centralizada de las noticias a lo largo del territorio. ¿Cómo disputar el periodismo cortesano desde los territorios? ¿Cómo es que la prensa y el periodismo pueden avanzar en la inclusión y en la promoción de espacios locutivos que proyecten otras comunidades?

Estos son los desafíos para ubicar la labor y el rol del periodista en la sociedad del siglo XXI; es decir, cómo se reconfigura la mediación política. Esta última está lejos de desaparecer. Este es el punto de partida del libro de Eduardo Santa Cruz.

Antoine Faure

Universidad de Santiago de Chile, Chile
antoine.faure@usach.cl

Referencias

- Stange Marcus, H., & Salinas Muñoz, C. (2015). Burocratización de las rutinas profesionales de los periodistas en Chile (1975-2005). *Cuadernos.info*, 37, 121-135. <https://doi.org/10.7764/cdi.37.703>.
- Santa Cruz, E. & Ossandón, C. (2001). *Entre las alas y el plomo. La gestación de la prensa moderna en Chile*. Santiago: DIBAM / Universidad ARCIS / LOM Ediciones.
- Thompson, E. P. (1989). *La formación de la clase obrera en Inglaterra*. Barcelona: Ed. Crítica.