

El periodismo cultural en riesgo: reflexiones sobre su crisis.

Mto. Eduardo Andión Gamboa
 Profesor-Investigador Titular C
 Área de Investigación Departamental
 Educación y Comunicación Alternativa
 UAM-X-

Abstract/ Resumen

El periodismo cultural se encuentra en riesgo de perder sus límites con el periodismo del espectáculo y las empresas de entretenimiento y estilo. En el campo informativo en general, en la actual coyuntura nacional, en la medida en que el flujo de recursos hacia los campos de la cultura y del arte se han visto mermados significativamente, se reduce el espacio de las notas de cultura artística. La crisis fiscal del Estado Mexicano tiene consecuencias sobre el flujo de información que se genera en el campo del arte y al reducirse la actividad cultural gubernamental. Además repercute en la concepción educativa que promueve el consumo de bienes culturales antes que las prácticas artísticas y culturales.

La información cultural ha mantenido una lenta y perseverante formación de públicos, sobretodo cuando se hace reportajes e investigación periodística de calidad en el periodismo cultural,. Por ello también se ha visto modificada por el impacto del "periodismo espontáneo" en la Red, que ha segmentado la información de manera exponencial y forma públicos de manera capilar y rizomática.

Las preguntas que guían esta exposición son: ¿Cómo plantearse el lugar del periodismo en este escenario? ¿De que manera preparar a los periodistas de divulgación (mediadores) para que encuentren oportunidades de inserción en los actuales mercados en entornos de escasez y abundancia? ¿Qué clase estructura emergente está incubándose en estas nuevas condiciones de distribución de los bienes culturales?

Afirmación Tema 1 El campo cultural y el sistema de divulgación. (Cultura y mercado)

En esta ponencia expongo temas que se circunscriben al periodismo cultural, ubicándolo en relación al campo informativo en general y a la transformación oscilante de la producción y distribución de los bienes simbólicos. Mutación debida a factores que han desequilibrado el modo previo de producción y circulación simbólica de los textos informativos y el modo de acceder y procesar esa información especializada (considerada por ciertos estudiosos información de nicho).

En la medida en que el flujo de recursos hacia los campos de la cultura y del arte, se han visto disminuidos en la actual coyuntura nacional, así mismo la información de las actividades artísticas y culturales han dejado de estar en el plano de lo relevante para la sociedad y para los mismos diarios. Habrá que estar pendientes sobre si esta pérdida del

fulgor de consagración de la cultura y de la pertinencia del arte como pedagogía de la sensibilidad, tendrá repercusiones efectivas y duraderas en la vida de los actores sociales; o bien, aceptar que la dinámica del campo cultural tiene un funcionamiento que hace de la cultura un bien considerado como recurso de una especie de capital particular en el mercado. Y que ha adquirido la inercia suficiente para desenvolverse de manera propia y auto sostenible, es decir estructurándose así misma de manera interna.

Esto último supone el replanteamiento de la postura (metafísica) del romanticismo alemán con respecto al carácter del Arte como un fin absoluto, y de la cultura como una educación estética del ser humano, tal como pregonaba Friederich Schiller, experiencia del arte no sólo subjetiva sino para que nos fuera revelada la belleza objetiva del mundo como una fuerza ética. En otras palabras el arte se consagra como un medio excepcional y como fin superior para hacernos mejores humanos, determinar el progreso moral de nuestra especie. En cierta forma busca sustituir la superstición de la religión y la frialdad inhumana que se le atribuye a la ciencia.

Un ejemplo ilustrativo del núcleo de esta concepción fue la magna exposición en el zócalo de fotos y videos de animales, presentados en el género contemporáneo de Instalación. Aún cuando se encontraba situada como espectáculo-mercancía y en segundo plano como un afán populista de los Media y el Gobierno de la ciudad, el público asistía con la reverencia propia de la religión, es decir cercana a la concepción romántica tradicional del arte, la expectativa de lo *sublime* antes que la atención posmoderna de lo *interesante*.

Una conjetura para la comprensión de ese comportamiento del público mexicano involucra la persistencia del talante reverencial, condicionado por una sociedad con una cultura de fieles, antes que de ciudadanos individualizados y razonables. Y entre los factores de esta disposición de veneración icónica, no está lejos la historia del arte en el México del siglo XX y del periodismo cultural, que nos muestran que han estado más cerca de la idea romántica del arte, comprendido como profunda expresión del espíritu del pueblo mexicano. Tal registro cultural fue resultado de la mediación estatal en la fabricación del nacionalismo revolucionario y la misión asignadas a los artistas de promotores y propagandistas de su legitimidad y que el estado atribuía a través de inversión económica y

política en arte y la cultura. Al menos hasta fines del siglo pasado la apuesta del campo del poder en la actividad del arte suponía la expectativa de unas utilidades de prestigio y reconocimiento autocelebratorio.

El periodismo cultural mexicano, en su modelo Fernando Benítez, (además de utilizar la mano de obra de los exilados españoles, en este caso Juan Rejano y Miguel Prieto en el diseño) que trajeron consigo las ideas de divulgación cultural del frente popular republicano), ese modelo fue concebido como sitio para la fragua que uniera de las grandes ideas con los profundos sentimientos, zona en la que el arte culto se ponía en contacto con el arte de la artesanía popular e incluso con los balbuceos de nuestro campo científico. Tampoco le era lejano el ejemplo de El Renacimiento de Ignacio Manuel Altamirano (1834-1893 como el espacio donde se encontrarían los antagonismos políticos para sublimarse en el arte y las ideas. Ese modelo que tuvo su descendencia en los suplementos de los diarios de la segunda mitad del siglo XX, en que intentó expandir la idea incluso en el apoyo a revistas mensuales de literatura y arte como *Plural* de Octavio Paz y sus solitarios solidarios protegido dentro del Excélsior de Julio Scherer. Como es evidente los nombres propios siguen a estas empresas culturales (el sábado de Huberto Batis, la Jornada semanal de Bartra y Villoro, el *Nexos* ha funcionado más como corporativo tal como *Letras Libres*) y es porque la vida del campo cultural mexicano oscila entre el caudillaje cultural y la gran infraestructura lograda por los esfuerzos del Gobierno Benefactor de la llamada etapa del desarrollo estabilizador. Todo ello entró en su fase crepuscular como la misma prensa que lo anidó y prohió primero y luego lo echó de su casa por no ser lo suficientemente rentable. Tentativas por hacerlo sobrevivir en formatos de revista mensual los tuvimos en la *Equis* de Braulio Peralta, en *Viceversa*, en la revista sobreviviente *El Búho* de René Avilés. Pero su desplazamiento hacia una noción de cultura como estilo y diversión de calidad fueron apareciendo en *Celeste*, *Algarabía* y otros. El auge del periodismo cultural ha terminado tal como lo conocimos. Lo expresa el desgarramiento de las vestiduras de Julio Aguilar en la revista *Letras Libres* cuando escribe descorazonado:

Con su desinterés por las humanidades, las artes, la literatura, la ciencia; su desdén por el valor de la letra impresa y su menosprecio por las capacidades de sus lectores, la prensa está asumiendo una actitud anti-intelectual, una suerte de parricidio. En este sentido hay que

citar una aguda paradoja que Gabriel Zaid planteó hace tiempo de esta manera: “la cultura, que ahora está como arrimada en la casa del periodismo, construyó la casa”.

En efecto, el periodismo cultural, creado por gente de libros para consumo de una minoría alfabetizada, y que es el origen del periodismo y que hasta no hace mucho fue el alma de la prensa escrita, ha quedado marginado a una presencia testimonial en la mayoría de los diarios mexicanos, que se han desprendido de esa alma. La nuestra se está convirtiendo en una prensa desalmada.

(Letras Libres - "¿El fin del periodismo cultural?" por Julio Aguilar <http://www.letraslibres.com/index.php?art=13910> 7/7/09 14:47)

Los reporteros culturales de las secciones diarias de los periódicos también se sienten presionados por las reducciones en el espacio de las planas y la competencia feroz con los tipos de información que los nuevos canales de transmisión proveen, la información por teléfono, por Twitter, por redes sociales. Las noticias y la información se convierten en una mercancía genérica común instantáneamente accesible en línea, como si fuera comida rápida, pero no por eso han dejado de existir los restaurantes donde se puede metabolizar y platicar en la sobremesa. Precisamente eso es lo que están reconociendo algunos periodistas reporteros que ya no se sienten vinculados fatalmente a su periódico, pues comienzan a operar como agentes libres y negociando su audiencia específica, sus seguidores. Una minoría de lectores o de espectadores, comparada con los grandes números de los media abiertos, efectivamente segmentados sin las esperanzas del Arte y la cultura con Mayúsculas y quizá sostenibles en nichos donde proliferarán con lógicas de intercambio menos incoherentes y bulímicas, con pactos de comunicación más significativos.

Afirmación tema 2 Campo cultural y sistema de información especializada. Ecología y nichos de ilussio.

La crisis económica como resultado y correlato al colapso financiero, además de repercutir en la concepción educativa del arte y la producción cultural, ha profundizado el abandono del Estado Mexicano de su interés cultural. Desde el primer jalón desestatizante durante el sexenio de Salinas, además de que no ha promovido las prácticas artísticas, sino más bien antes el consumo de bienes culturales, se puede añadir la crisis fiscal del Estado Mexicano tiene consecuencias sobre el flujo de capital a fondo perdido como se acostumbraba costear la promoción artística. y por tanto la actividad de la llamada alta cultura al disminuir lo hace la información que se genera en el campo cultural del arte.

Esto nos trae al asunto de cómo determinar que se entiende por periodismo cultura, a lo que en la coyuntura de transformación tecnológica de la elaboración, distribución y acceso a la información ha cambiado de manera vertiginosa y en el recorte de lo que se incluye en el conjunto. De ese modo la información sobre las actividades artísticas y la cultura habían dependiendo de la gestación de un campo específico de producción simbólica que involucra un periodo largo de construcción, no sólo de las instituciones especiales sino también de los productores encargados de ello, los artistas mismos y todas las ramas asociadas, así como la gestación de un público interesado y con las disposiciones adecuadas para degustarlo. Sin embargo la lógica de la distinción de los mercados simbólicos contemporáneos, la metamorfosis de los gustos, como ha afirmado Bourdieu traslada la operación de diferencia ya no a la denominada alta cultura, sino a la cultura a la mano, la popular global. Sólo que la diferencia y el poder de distinción se asienta en el modo e intensidad de la fruición, en la pulsión del consumo, razón del fanático, en la fuerza del entusiasmo, que sólo satisface su gula en la corriente de información en línea constante y fragmentaria. Las noticias en trozos, como basura de la que hay que sacarle sentido pero que no se tiene tiempo para dárselo. El modo de producción cambia la relación con la información y ser culto ya no es ser cultivado sino ferviente acumulador de pedazos, leal a mi objeto cultural de devoción. La cultura es cualquier fragmento simbólico consagrado por mi grupo de pares. Los periodistas culturales podrán ser entonces los proveedores de coherencia la narración y la mediación serán lo que se pueda vender, porque la colección de datos casi se hace sola.

Las acciones que se tomen al respecto va depender Si el periodismo se entiende como servicio público o bien como una industria más, va a impactar en El periodismo cultural como lo entendemos en Hispanoamérica ha sido el que se ocupa de lo que sucede en el espacio de las artes Literarias, plásticas, dancísticas y de música llamado cultura. Si en México, la falta de oferta en sus inicios condicionó el hecho de que bastaba con un semanario para cubrir la mayoría de las actividades de las pocas instituciones encargadas de la promoción artística y cultural. Al incrementarse la oferta las posibilidades de tener información para completar una sección diaria en el periódico se hicieron rentables. Se

pudo tener una gran plantilla de reporteros que cubrían gran parte de los eventos y sucesos al menos para la Ciudad de México, que centralizaba la vida artística, tanto por sus escuelas como sus centros de producción cultural (desde el numero de teatros, cines, talleres de artistas, espacio para la danza y la música etc.) Ya no sucede así y ha sido necesaria la regionalización de las actividades de la cultura. Los festivales promovido por los gobiernos de los estados han proliferado, el turismo cultural se ha comenzado a ver como fuente de ingresos y de empleo ya no sólo de las recamareras y meseros, sino de los productores simbólicos que tiene que elaborar las narrativas que sostienen el atractivo de la ciudad o de la región.

Afirmación tema 3: Ruido y sentido en la Red

La actividad de información cultural tiene y tuvo una labor de mantenimiento y formación de públicos interesados. por ejemplo En el primer caso por ejemplo ha generado comunidades de sentido y hasta de acción a través de reportajes e investigación periodística de calidad en el periodismo cultural. también sostiene y mantiene una comunidad de interés el periodismo cultural se articula al dispositivo comunicativo de la empresa cultural cuando como en el caso de Harry Potter informa de la autora y de los avatares del personaje tanto en secciones culturales como en las de espectáculos. Los mercados de oferta para las distintas prácticas de consumo cultural generan a su vez una gran circulación de los bienes culturales y de la información para los seguidores incondicionales. La actividad de información en general se ha visto modificada al menos en la cantidad y volumen por el impacto del "periodismo espontáneo" en la Red. Este periodismo amateur ha fraccionado la información de manera exponencial , y la formación de sus públicos ocurre de manera capilar, *rizomática* modelada como *virreina* de contagio. Y no obstante la calidad de esa información es muy baja porque no recolecta lo relevante sino lo interesante para su esquema de percepción. Se puede llegar a elaborar una información falsa con las intenciones más veraces. En el caso del periodista cultural donde la cuestión de la verdad no es tan central, éste tiene que pasar a cumplir una función distinta a la de la mera recolección de los datos brutos, previos al trabajo de mediación, que consistirá en transformar la episteme del fragmento en episteme del

detalle, hacer ver en lo pequeño lo grande, o en lo grande no pierde la atención de los pormenores.

Un tema actual y delicado es la situación del diario contemporáneo que se encuentra en problemas financieros, básicamente de rentabilidad y por ende en un punto de inflexión en cuanto a la concepción de su verdadera naturaleza. ¿Para que sirve un periódico, a quienes les importa, cuál es su viabilidad como negocio? Se alega que tendrá que sobrevivir como patrimonio protegido, a la manera de una reserva cultural.

Hay cada vez menos gente comprando, pero más gente leyendo (Vid Periodistas 21) No se compra físicamente el periódico, sin embargo hay un consumismo de información, de noticias gratis en los albañales de la red, en línea, en radio y en tele. Se estima que el diario que se orienta a la red solamente puede sostener al 20% de las plantillas actuales, lo que arrasa con la capacidad de recolección especializada de información de calidad, entendida como información corroborada, no que sea verdad sino que tenga sus fuentes confirmadas.

En una nota reciente del diario *Milenio* se hace la pregunta si ha fracasado el modelo de negocio, basado en los ingresos publicitarios para las versiones digitales de los periódicos. Si el *mantra* de los ejecutivos de los periódicos pasaba por la idea del triángulo fatal, es decir el incierto equilibrio entre circulación, contenido y publicidad, entre público, calidad e ingresos. La crisis pone a las empresas periodísticas en situación de ya no poder perder dinero en sus crecientes costos, junto con la decremento constante de sus tirajes, a causa de la migración de lectores a las versiones digitales, a lo que hay que añadir el desplome de las ventas publicitarias en sus versiones impresas y todo ello ya provocan tambaleos financieros imposibles de soportar.

Muchas empresas periodísticas invirtieron en sus versiones digitales en Internet, creyendo que eran alternativas de negocio factibles, se abrían gratuitamente a sus lectores y el tráfico lograría vender la publicidad suficiente para obtener ingresos. Con esta idea grandes periódicos del mundo en los últimos años como *El País*, *Le Monde*, el *New York Times* o el propio *Financial Times* se lanzaron a la utopía de la Red (Boczkowski 2006,

Fogel & Patiño 2007). El esquema *Uno a Muchos* que orientó gran parte los *MassMedia* ha sido aplastado literalmente por la manera horizontal de la redes sociales (la llamada versión 2.0 es decir interactiva y no sólo receptiva). El esquema de *muchos-a-muchos* prevalece en un estado primigenio pero ha comenzado a territorializarse. (Scolari 2008)

En México *El Universal* y la mayor parte de los periódicos han seguido precisamente el esquema editorial de una redacción digital propia con la oferta de un producto sólido (contenido) y gratuito para el lector, basado en generar ingresos exclusivamente por la venta de publicidad. No así el diario *Reforma*, pero de lo que no se sabe si ha funcionado o no, que resultados tiene en su flujo de caja.

Uno de los temas que aún requiere ampliación es la discusión del llamado *amateurismo informativo* es decir de la clase de información que se pone a circular en la sociedad a través de las redes sociales de información en la forma modelo que Carlos Scolari llama *muchos-a-muchos* en contraposición a la forma modelo *uno-a-muchos* (2008 : 110)

Tal fenómeno actualmente se dilucida en un experimento *in-vivo* en el sistema Twitter que no es otra cosa que un sistema de alarma o de anuncios, accesible a cualquiera con el dispositivo pertinente. Si se nos permite la analogía es como el sistema que tienen los perros de la pradera para avisar que hay algo o alguien en rededor que parece peligroso o del que hay que estar al pendiente (Michael Shermer y la agenticidad/patronicidad).

Lo relevante es que los llamados *twiteros* activistas se ven a si mismos como los nuevos libertarios y suponen (aun sin probar cabalmente) que tienen fuerza y peso socialmente relevante. Dan un ejemplo para apoyarse pero eso no hace una tendencia efectiva (el reglamento). Aun más, el Twitter con su número de caracteres limitado tampoco permite una gran refinamiento en los mensajes. No da posibilidad de una gran jerarquización en los argumentos y en cierta medida sólo facilita el llamado a las armas o la alerta generalizada. ¡Hay viene el lobo! Su uso parece generar una sensación de participación (*methexis*) en la vida de la sociedad, sensación que es en cierta medida ilusoria dentro del generalizado griterío o pánico social. Parece ya *ruido blanco*.

La segunda parte de su reclamo está sostenido en la idea de que el periodismo ya no es sólo el que los periodistas como especialistas exclusivos realizaban. Esa idea que está fundada en la creencia que eran los periodistas individuales quienes hacían el periodismo. Esa creencia alimentada por los mismo relatos autoglorificantes de los Media han calado en el imaginario de la gente y se siente a si mismos como periodistas amateur o aficionados pero que develan la cortina que esconde lo que verdaderamente pasa. El efecto de red que tanto apasiona puede ser lo que le pasa a un cerebro con un ataque epiléptico, todo se prende pero sin orquestación luego entonces solo engendra una parálisis.

El tema se ha delimitado alrededor del llamado profesionalismo de los actores que se involucran en el proceso e poner a circular la información al respecto de tal o cual acontecer social. Pero los supuestos no son ciertos y en general son falsos e infundados o ignoran los elementos en juicio.

El amateurismo periodístico parece sostenerse en la fantasía del *justiciero* o en la filosofía del activismo cívico tradicional, los *Batman* de la información. Además desconocían que la información del periodismo se hacia y se hace en colectivo (en lenguaje técnico: está mediado institucionalmente). La cuestión no reside entonces en si tal mediación es mediatización o semantización secretista o es sospechosa, la cuestión es que se instauran reglas de generación de tal producción de información. No basta por tanto la sinceridad, ni la autocreencia de la autenticidad de lo dicho. Por decirlo de otra forma la verdad del acontecer no ocurre por sí misma, sino que se la elabora. pues La verdad es relativa a sus condiciones de producción y recepción. Sólo si tenemos una postura dogmática y monoteísta puede sentirse tal enunciado como herético y desorientador de los valores. No es la verdad es una fábula, sino cuales son las reglas de generación de esta clase de fábulas, a los procedimientos por los que podemos estar colectivamente ciertos de que ha sucedido de esa manera.

Cuando se dice por ejemplo que hay diferencia entre la verdad jurídica frente a la “verdad de verdad” se asume como cierta la idea de que la verdad sólo será accesible si la depuramos de las palabras o de los límites de nuestro lenguaje. Además que éste la deforma por los intereses de quienes lo profieren. De este modo se renuncia a la verdad por exceso

de pureza, se le sitúa en la zona de lo absoluto (Jean Wahl. La verdad de lo que sucede será entonces sólo la in-mediata o no será verdad. *Introducción a la filosofía* FCE)

Pero ¿es esto realmente posible? o debemos consolarnos con nuestras parciales, apenas sostenibles y precarios enunciado de *lo que pasa*. A lo que habrá que añadir, sin más inclinación crítica que la de la creer en la sinceridad de quien lo profiere. “Si él dice que lo cree, tengo que creerle”, al menos es sincero aunque diga inexactitudes y hasta falsedades con veracidad. Es en esta ingenuidad a la que es proclive el *amateurismo* periodístico (Keen, 2007). Eso cierra por el momento el primer punto del amateurismo o populismo informativo que genera una sonoridad de fondo. Esto no quiere decir que no se posibiliten las respuestas y las retroalimentaciones, pero en nuestra experiencia parece más bien la discusión entre lectores la que funciona como ámbito de digestión de las informaciones, un espacio en el medio electrónico que el impreso no permitía por costoso (las inmensas páginas de correo, son áreas o centímetros cuadrados sin vender...).

La pregunta recurrente en estas reflexiones, consiste entonces en cómo plantearse el lugar del periodismo en este escenario de circulación generalizada de *muchos-a-muchos*. A partir de la postura teórica que asumo se trat más bien de considerar y discernir si se trata realmente de un **lugar** o más bien es una función de trabajo simbólico que para algunos debe reclinarse más bien hacia el servicio común. Ya no se trata de un emplazamiento, sino la operación semantizadora de la narración, la tarea (labor, misión) mediadora como de un compositor de zurcidos simbólicos o de goznes de distintas esferas culturales, urdimbres que estabilizan y conservan conexiones que la electricidad y la codificación numérica volvió gaseosas , perecederas y frágiles. El periodismo y los sistemas de comunicación emergentes no serán solamente “ generadores de contenido”, ni un mero canal de conexión, se trata de un *tramador*, un agenciador de estratos para maquinar sentidos. Labor que comparte con los productores simbólicos y para los antropólogos con todo humano en su capacidad de prohiar fabulación, que junto con los otros confabula. Hay no obstante algunos riesgos en ello. Será ese el modo de trasnitar desde el ruido del flujo de datos al sentido del orden del relato, de la comprensión del conocimiento y la cultura.

De ello se desprende la cuestión fatal, situada en el también turbulento y ahora reticulado ámbito de la educación superior o profesional: Cómo preparar a los periodistas de divulgación para que encuentren oportunidades de inserción en los actuales entornos de escasez de financiamiento, y no obstante de sobreabundancia de información por la capilaridad de los flujos de significados que está al borde de la bifurcación por su gradiente de complejidad. Poco dinero y mucha información. Esquemas incontrolables de información viral y de contagio con efectos insólitos o catastróficos al periodista le cabe un lugar en ese frente de batalla, y puede que sea una de sus bajas, o bien uno de precursores de un prístino sistema de producción y distribución de la riqueza cultural.

Se trata de evitar el optimismo infundado de los visionarios del ciberespacio que sueñan con poner la totalidad del conocimiento en la Red mundial, y además hacerlo instantáneamente accesible en el presente. Porque hay que considerar, como señalan McNeely & Wolverton, que la actual Edad de la Información amenaza con hacer el conocimiento tan efímero, como un pulso electrónico que se escabulle por entre las fibras de un cable de fibra óptica. En “El descrédito de la crítica y la desaparición de los suplementos literarios” Joaquín Rodríguez (2008 :75-4) reconoce la necesidad mayor del Mediador en el campo de la literatura, precisamente porque es información que requiere una semantización para que se transforme en conocimiento.

Hay que traer a la memoria aquellas otras edades en donde la vida de la mente y la cultura era peligrosa. “Antes de las universidades financiadas por las grandes empresas, antes de los laboratorios opulentos de las industrias químicas, antes de los media digitales y de ancho de banda gigantescos, los productores simbólicos eran pioneros, renegados y donde el conocimiento y la cultura constituía un tesoro ganado con gran esfuerzo, todo lo que se sabía estaba siempre en riesgo de perderse y olvidarse”. Ya fuera por la hostilidad a las nuevas ideas o por negligencia de quienes no tenían la voluntad de organizar y preservar la memoria y la cultura.

Como han advertido McNeely & Wolverton (2008) nos encontramos en una de los recurrentes periodos en la historia del mundo en los que cambios extremos en la economía, cultura y tecnología vuelven necesario preguntarnos sobre ciertas cuestiones básicas

acerca de la relación con el conocimiento en general. Asuntos como su producción, su preservación y transmisión no pueden darse por sentado. O bien imaginarnos cómo nos adaptaremos a esta circunstancia pero con nuevas instituciones que aseguren reproducirnos como cultura. Qué clase de instituciones se necesitarán para organizar y transmitir la totalidad de nuestro conocimiento: las bibliotecas podrán llegar a ser obsoletas o como cambiar las universidades tradicionales en su forma de acreditar la educación de sus jóvenes. Y finalmente cuestionarse acerca de cómo los *media* digitales tendrán efectos en la producción y distribución de los conocimientos, en palabras e imágenes. Para estos autores la mera información no es conocimiento y es este último el que constiruye el hilo que sostiene el tejido de las sociedades en el tiempo y no sólo en el instante. De modo que el modelo del periodismo cultural ha cambiado y tendremos que inventar otros modos para preservar y transmitir este horizonte de inteligibilidad mutua, de interese compartidos que pasen a la memoria social (Rodríguez 2008; Aguilar 2009).

El siguiente punto es más extenso, pero trataré de resumir mi perspectiva. En la actualidad el subsistema de información en el sistema social se ha transformado y lo seguirá durante un buen rato. La forma de la cuestión que le da contornos al problema es el proceso de accesibilidad para poner en circulación información o data. Algunos lo consideran una democratización radical de la sociedad de la información --que no del conocimiento, que es una dimensión suplementaria a la información-- Por tanto es una liberalización de la producción de significados en una sociedad democrática. Tan democrática que, como diría Tocqueville, que "lo verdadero" es lo mayoritario. Sólo que hay que distinguir y precisar como se alcanza a proposiciones verdaderas y cuáles han sido los criterios para distinguirlas de las proposiciones falsas. En ciertas posturas lo verdadero es interno a la lógica, es solo sintácticamente verdadero. En otras posiciones se tiene que establecer de manera arbitraria y criterial un procedimiento de correspondencia con el mundo o del segmento de mundo que trata la proposición que enuncias y se hace el caso de referencia. coinciden intencionalidad y extensión, palabra o tesis y cosa o estados de cosas. El periodismo de opinión como el que hubo en todo el siglo XIX (Habermas) no tuvo y tiene ese problema, porque se sostiene en la veracidad, es decir en que creas en la voluntad de decir verdad al sujeto que lo dice, es un enunciado de autoridad personal, en la que el

receptor es colaborador y te consiente, porque le da el beneficio al sujeto personal, que lo que dice cree que es verdadero (con esto se puede decir que puedes ser veraz y con todo decir una mentira). Pero el sistema de información tiene otro subsistema de producción de significado que es el subsistema científico, con su procedimientos de control cruzado y falsificación / verificación (Popper). Modo de producción de sentido que se buscó transferir a la actividad periodística aunque de manera menos estricta. La noticia es un "invento" de fines del siglo XIX y tiene como personaje social al "repórter" como lo llama Gutiérrez Nájera. periodismo de entrevista y de testimonio, de ir y contar lo que se vio (De hecho toda la antropología urbana de la Escuela de Chicago fue inspirada por una de sus fundadores que era reportero eran informe mestizos de crónica y testimonio de personajes como Hobos o músicos jazzistas o inmigrantes). Los métodos gringos de autenticación de los reportajes eran muy estrictos. Hasta que empezaron a haber las luchas por las primicias y las exclusivas que debilitaron los estándares de cruce de información y supervisión sobre lo escrito, y se esperaba lo interesante, lo llamativo, lo inaudito. A principios de la década del 2000 hubo varios escándalos en la prensa de USA por descubrir que reporteros-estrella del NYT habían inventado sus reportajes, incluso Premios Pulitzer que habían doblado un poco las reglas. La instancia de autenticación se deslegitima y se cree que sólo con estar ahí donde se da el suceso es suficiente para que sea verdadero. Ingenuidad y mero sentido común de la masa democrática. La verdad no está ahí, ni se da por sí misma. Hay que construirla con preguntas, procedimientos de falsación y comunidades de crítica y argumentación. Y aun así tiene que estar disponible para la refutación, son " verdades inciertas", es en la "corregibilidad" donde está la fuerza del proceder científico, y donde lo está en el buen periodismo de investigación.

Los *difusores borrosos*, siempre han existido, son los rumores y los fenómenos sistémicos de constelación de significados en una sociedad abierta en su avatar actual el *Twitter*. Sólo que el subsistema de información al debilitar los *nodos de autenticación*, al creer que el testigo ocular puede testimoniar lo que en verdad pasó y se pasa por alto su perspectiva, sus intereses, incluso distracción. Lo hiperreal es una ficción, un facticio, se fabrica. La esfera de discusión publica desde esa perspectiva no adquiere plena forma en la *blogosfera* o en el *pluriverso de la red* ya que se disemina sin bordes. Hay en el subsistema de producción

sentido, distintas esferas de significación, coagulaciones que estabilizan, de los cuales puede ser el campo narrativo, literario o audiovisual (cine , telenovelas, series de tele etc.) de modo que las llamadas narrativas o relatos han sido las que dan coherencia a los sentidos dispersos en el espacio heterogéneo del sentido en estado de nube, zona de pura diferencia y multiplicidad. El humano es incapaz de estar en la intemperie del sinsentido, aun en lo ilimitado e incongruente imagina un horizonte de orden, si no hay lo fabrica, como cuando silba en la oscuridad así sea delirio.

Bibliografía citada

- Aguilar, Julio (2009) “¿El fin del periodismo cultural?” *Letras Libres* Julio 2009 (<http://www.letraslibres.com/index.php?art=13910> 7/7/09-14:47)
- Bokzkowski, Pablo (2006) *Digitalizar las noticias. Innovación en los diarios online*. Manantial.
- Fogel Jean-Francois y Bruno Patiño (2007) *La prensa sin Gutenberg* Punto de Lectura Madrid.
- Igarza Roberto (2008) *Nuevos medios. Estrategias de convergencia* La crujía Ediciones. Bs.As
- García Canclini Néstor (2004) *Diferentes desiguales y desconectados. Mapas de la interculturalidad*. Gedisa, Barcelona.
- García Canclini Néstor (2007) *Lectores, espectadores e intenautes* Gedisa, Barcelona
- Keen, Andrew (2007) *The cult of the amateur. How today's internet is killing our culture*. Doubleday, N.Y.
- McNeely, Ian & Lisa Wolverton (2008) *Reinventing of knowledge* W.W.Norton
- Rodríguez Joaquín (2008) *Edición 2.0 Sócrates en el hiperespacio* Melusina Madrid.
- Scolari Carlos (2008) *Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Gedisa, Barcelona
- Wahl, Jean (19) *Introducción a la filosofía* FCE, México.