

mayo 2002

CRÍTICA DEL PERIODISMO



UMBERTO ECO

El poder que han adquirido los medios es incuestionable, algunas veces creen tener más poder del que realmente detentan y buscan convertirse en protagonistas y jueces de la cosa pública, en más de una ocasión desvirtuándola hasta convertirla en espectáculo. A partir de algunos ejemplos de su país, Eco analiza en este ensayo gran parte de los males de la prensa italiana, los cuales, afirma el pensador italiano, son comunes a casi todos los países.

El documento

Estimado presidente, señores senadores, colegas directores, lo que estoy por presentarles brevemente es un *cahier de doléances* sobre la situación de la prensa italiana, especialmente en sus relaciones con el mundo polí-



Foto: José Antonio Gurrea C.

tico. Puedo hacerlo, no a espaldas sino en presencia de los representantes de la prensa, porque todo lo que diré ya lo he escrito desde los años 60, y en gran parte de los diarios y semanarios italianos. Esto significa que en nuestro país existe una prensa libre y desprejuiciada, capaz de enjuiciarse incluso a sí misma.

La función del cuarto poder es ciertamente la de controlar y criticar a los otros poderes tradicionales, pero puede hacerlo en un país libre, porque su crítica no tiene funciones represivas: los medios pueden influir en la vida política del país solamente creando opinión.

Los poderes tradicionales no pueden, en cambio, controlar criticando a *los medios* sino a través de los mismos *medios*, de otra manera su intervención se convierte en sanción ya sea ejecutiva, legislativa o judicial, lo que puede suceder sólo si los *medios* delinquen o parecen configurar situaciones de desequilibrio político e institucional (véase el debate sobre la *par condicio*). Pero, como quiera que los *medios*, en nuestro caso la prensa, no pueden estar exentos de crítica es condición de salud para un país democrático que la propia prensa se pueda cuestionar a sí misma.

Sin embargo, a menudo no basta que lo haga: es más, el hacerlo puede constituir una sólida coartada, o bien, para ser estrictos, un caso de "tolerancia represiva", como la definía Marcuse: una vez demostrada la propia falta de prejuicios autoflagelatoria, la prensa ya no se interesa en reformarse.

Al presentar mi *cahier de doléances* no intento criticar a la prensa ni sus relaciones con el mundo político como si éste fuera víctima inocente de los abusos de la prensa. Considero que es plenamente corresponsable de la situación que trataré de delinear.

Más aún, no seré de esos provincianos para los cuales está mal sólo aquello que ocurre en nuestro país. No caeré en el error de mucha de nuestra prensa, a menudo xenófila, que cuando se refiere a un diario extranjero lo hace adelantando siempre el adjetivo "autorizado",

llegando así a hablar del "autorizado" *New York Post* cuando quiere citarlo, ignorando el hecho de que el *New York Post* es un periodicucho de cuarta que se avergonzarían de leer en Omaha, Nebraska.

Gran parte de los males de los que sufre la prensa italiana son hoy comunes a casi todos los países. Pero tomaré algún ejemplo sólo cuando me parezca que contiene una lección que puede ser positiva también para nosotros. Una última precisión: usaré como textos de referencia *La Repubblica*, *Il Corriere della Sera* y *L'Espresso* y esto no sólo por razones de tiempo sino también de corrección. Son tres publicaciones en las que he escrito y aún escribo y, por tanto, mis críticas no podrán ser consideradas preconcebidas o inspiradas por la inquina. Pero los problemas que pondré sobre la mesa se refieren en un alto porcentaje a la prensa italiana en general.

Las polémicas de los años 1960-1970

En los años 60 y 70, la polémica sobre la naturaleza y función de la prensa se desarrollaba sobre estos dos temas: 1) diferencia entre noticia y comentario y, por tanto, una llamada a la objetividad (recuerdo a propósito duelos históricos con Ottone); 2) los diarios son instrumentos de poder, administrados por partidos o por grupos económicos, que utilizan un lenguaje intencionalmente críptico en cuanto a que su verdadera función no es dar noticias a los ciudadanos sino enviar mensajes cifrados a otro grupo de poder, pasando por encima de los lectores. Al respecto ya existe una bibliografía vastísima.

El presidente Carlo Scognamiglio ha citado incluso una expresión como "convergencias paralelas", que ha quedado en la bibliografía sobre los *mass media* como símbolo de este lenguaje, apenas comprensible en los pasillos de Montecitorio, pero impermeable para la célebre ama de casa de Voghera.

Estos dos temas son en gran parte obsoletos. Por un lado, había tenido lugar una amplia polémica sobre la objetividad y muchos de

nosotros sosteníamos que (con excepción de los boletines de las precipitaciones atmosféricas) no existe jamás una noticia verdaderamente objetiva. Aun separando cuidadosamente comentario y noticia, la misma elección de la noticia y su compaginación constituyen un elemento de juicio implícito.



En las últimas décadas se ha instaurado el estilo de la así llamada tematización: la misma página incluye noticias de algún modo relacionadas. He tomado, casi al azar, la página 17 de *La Repubblica* del 22 de enero. Contiene cuatro artículos: "Brescia: da a luz y mata a la hija"; "Roma: solo en casa, a los cuatro años juega sobre el alféizar, el padre termina en Regina Coelli"; "Roma: puede dar a luz en el hospital aun quien no quiere tener el hijo"; "Treviso: una madre divorciada renuncia a ser mamá". Como ven, se tematiza el riesgo de la infancia abandonada.

El problema que debemos plantearnos es: ¿se trata de un caso de actualidad típico de este periodo? ¿Son todas las noticias sobre casos del mismo tipo? Si se tratara sólo de cuatro casos, el asunto sería estadísticamente irrelevante; pero la tematización eleva a la noticia a aquello que la clásica retórica judicial y deliberativa llamaba *exemplum*: un solo caso, o pocos casos, de lo que se extrae (o se sugiere subrepticamente extraer) una regla. Si se trata sólo de cuatro casos el diario nos hace pensar que existen más; si hubiesen más, el diario no nos lo diría. La tematización no proporciona cuatro noticias: expresa una fuerte opinión sobre la situación de la infancia, aunque el redactor quisiera o pensara que, tal vez, ya bien entrada la noche ha compaginado así la página 17 porque no sabía cómo llenarla. Con esto no estoy diciendo que la técnica de la tematización sea equivocada o peligrosa: sólo digo que nos demuestra cómo se pueden expresar opiniones dando noticias totalmente objetivas.

En cuanto al problema del lenguaje críptico, diría que nuestra prensa lo ha abandonado, porque ha cambiado también el lenguaje de los políticos, los cuales ya no leen sobre una hoja frente al micrófono frases oscuras y elaboradas, sino que dicen *apertis verbis* que su compañero de sector es un traidor, mientras que el otro magnifica a voz en cuello las cualidades eréctiles del propio órgano reproductivo.

La prensa recurre incluso en la primera plana al lenguaje de esa entidad magmática que hoy se llama "la gente"; considera que la gente sólo habla con frases hechas. Y he aquí (estoy usando los datos recogidos por mis alumnos en un mes de frases hechas en la prensa italiana) en un solo artículo de *Il Corriere della Sera* del 11 de enero, la siguiente lista de frases hechas: la esperanza es la última que muere; estamos contra la pared; Dini anuncia lágrimas y sangre; el Quirinale listo para la guerra; el recinto se construyó después de que los bueyes dejaron el establo; Pannella ataca sin piedad; el tiempo apremia; no hay lugar para un malestar de estómago; el gobierno tiene mucho camino por andar; habremos perdido nuestra batalla; estamos con el agua hasta el cuello.

En *La Repubblica* del 28 de diciembre de 1994 se encuentra: es necesario conciliar intereses; quien mucho abarca poco aprieta; Dios me salve de los amigos; los peores pasos del vals; Fininvest vuelve a la lucha; todo está perdido; no hay a quién recurrir; yerba mala nunca muere; los vientos cambian; la televisión hace la parte del león y nos deja sólo las migajas; la dolorosa espina en el costado; rendir honor a las armas del enemigo... Esto no es un periódico es el *Barbanera*. Hay que preguntarse si estos clichés son finalmente más transparentes, o menos, que las "convergencias paralelas".

Se nota que a estas frases hechas, válidas para la "gente", son en 50% inventadas, en el sentido de la *inventio* retórica, encontradas por los articulistas, y en 50% citadas de declaraciones de parlamentarios. Apenas puse la cabeza dentro del aula del Senado y escuché decir: señor presidente, queremos hechos no palabras. Tuve una impresión de *dejà vu* y de *dejà entendu* y me regresé al

pasillo. Para usar otra frase hecha, "el cerco se cierra" y estamos poniendo en el fuego una diabólica alianza en la que no se sabe quiénes son los corruptos y quiénes los corruptores.

El diario se vuelve semanario

En los años 60 los diarios no sufrían todavía por la competencia de la televisión. Sólo Achille Campanile, en un encuentro sobre la televisión en Grosseto, en septiembre de 1962, había tenido una intuición luminosa. Decía: hubo un tiempo en que los diarios daban primero una noticia, después intervenían otras publicaciones que profundizaban en la cuestión; el periódico era un telegrama que terminaba con "sigue carta". Ya en 1962, la noticia telegráfica se daba a las ocho de la noche en el noticiero televisivo. A la mañana siguiente el diario daba la misma noticia: era una carta que terminaba con "sigue, es más, precede telegrama".

¿Por qué sólo un genio de la comicidad como Campanile se había percatado de esta situación paradójica? Porque la televisión se limitaba entonces a uno o quizá dos canales, no recuerdo, llamados de régimen y, por tanto, no se consideraba (y en buena parte no era) una fuente confiable; los diarios decían más cosas y en un modo menos vago; los cómicos nacían en el cine o en el cabaret y no siempre llegaban a la televisión; la comunicación política tenía lugar en la plaza, cara a cara, o mediante manifiestos sobre los muros.



Foto: *Brill's Content*

Un estudio sobre el comicio televisivo de los años 60, hecho por Paolo Fabbri, comprobaba mediante un análisis de numerosas tribunas políticas que en el intento de adecuar las propias propuestas a una media de los espectadores televisivos el representante del PCI (Partido Comunista Italiano) terminaba por decir cosas muy

parecidas a las del representante de la DC (Democracia Cristiana), o bien se anulaban las diferencias, y cada uno trataba de aparecer como el más neutro y seguro posible. Por lo tanto, la polémica, la lucha política, ocurría en otra parte y en buena medida en los diarios.

Después ocurrió el salto cuantitativo (los canales se multiplicaron cada vez más) y cualitativo: incluso dentro de la televisión estatal se distinguían tres canales orientados políticamente de distinta forma; la sátira, el debate encendido, la fábrica de primicias, pasaron a la televisión que rompió incluso las barreras del sexo, de modo que algunos programas de las once de la noche ya eran más audaces que las monjiles portadas de *L'Espresso* o de *Panorama*, que se detenían en la frontera del glúteo.

Todavía al inicio de los años 70 recuerdo que publicaba yo una reseña sobre los *talk shows* estadounidenses, como el lugar de una conversación civil, animada, que podía tener a los espectadores clavados hasta altas horas de la noche frente al televisor y los proponía apasionadamente para la televisión italiana. Después, apareció cada vez más triunfalmente en la pantallas caseras italianas el *talk shows* que, sin embargo, poco a poco se convertía en lugar de un encuentro violento, a veces incluso de violencia física, en escuela de un lenguaje sin términos medios (en honor a la verdad, una evolución de este género tuvo lugar parcialmente también en algunos *talk shows* de otros países).

Así, la televisión se convertía en la primera fuente de difusión de las noticias y frente a los diarios se abrían solamente dos caminos. Del primer camino posible, que por ahora definiré como "atención prolongada", hablaré más adelante. Creo, sin embargo, que se puede afirmar que la prensa siguió en buena medida el segundo camino: se ha hecho semanal. El diario se ha vuelto más parecido a un semanario, con el enorme espacio que dedica a la variedad, a la discusión de sucesos de la moda, de chismes de la vida política, de atención al mundo del espectáculo. Esto pone en crisis a los semanarios de primer nivel (de *Panorama* a *L'Espresso*) y al semanario le quedan dos alternativas: o se vuelve mensual, pero ya existen publicaciones mensuales especializadas en embarcaciones

de vela, relojes, computadoras, con un mercado propio fiel y seguro; o bien debe invadir el espacio de los sociales, que pertenecía y continúa perteneciendo a los semanarios de nivel medio (*Gente y Oggi*) para los apasionados de las bodas principescas, o de bajo nivel (*Novella 2000, Stop, Eva Express*) para los devotos del adulterio espectacular y los cazadores de senos descubiertos en la intimidad de los ministerios de la decencia.



Pero los semanarios de primer nivel no pueden descender al nivel bajo o medio sino en las páginas finales, y ya lo hacen; allí es donde hay que buscar los senos, las amistades afectuosas, los esponsales en Montecarlo. Por otro lado, haciendo esto pierden la fisonomía del propio público: entre más un semanario de primer nivel roza el nivel medio o bajo, más consigue un público que no es el suyo tradicional y, por tanto, ya no sabe a quién se dirige; aumenta el tiraje y pierde identidad.

Por otra parte, el semanario recibe un golpe mortal sucesivo de los suplementos semanales de los diarios. A este punto, el semanario tendría una sola solución: tomar la vía de las publicaciones del tipo de las que en Estados Unidos se dirigen a un altísimo nivel de lectores como, por ejemplo, el *New Yorker*, que ofrece la lista de los espectáculos teatrales, dibujos animados de alto nivel, breves antologías poéticas, pero puede aparecer un artículo de 50 cuartillas solamente sobre la biografía de una gran dama del mundo editorial, como ha sucedido con Helen Wolff. O bien podría tomar la vía del *Time* o *Newsweek*, los cuales aceptan ser semanarios que hablan de acontecimientos de los que ya han hablado los diarios y la televisión, pero que ofrecen al respecto un resumen esencial o *dossiers* que profundizan en otros ángulos, cada uno de los cuales requiere de meses de programación y de trabajo y una

documentación cuidada hasta la exageración, de modo que es raro que estos semanarios publiquen desmentidos respecto de datos sobre los hechos.

Por otra parte, también un artículo para el *New Yorker* es encargado con meses de anticipación, y si después se juzga que ya no es actual al autor igualmente se le paga (generosamente) y el artículo se desecha. Este tipo de semanarios tiene costos altísimos y puede existir sólo para un mercado mundial de anglófonos y no para un mercado restringido de italianófonos, donde los índices de lectura son todavía lamentables.

Por tanto, el semanario se esfuerza por seguir al diario sobre su misma ruta y cada uno trata de superar al otro para conquistar a los mismos lectores. Ello explica por qué el glorioso *Europeo* cierra, *Epoca* busca desesperadamente una vía alternativa sosteniéndose con anuncios televisivos y *L'Espresso* y *Panorama* luchan por diferenciarse; lo hacen, pero el público lo nota cada vez menos. A veces me sucede que encuentro conocidos incluso cultos, que me felicitan por la hermosa sección que escribo semanalmente en *Panorama*; es más, afirman, con adulación, que compran *Panorama* y sólo *Panorama* exclusivamente para leer mi sección.

La ideología del espectáculo

Para volverse semanales, los diarios aumentan las páginas; para aumentar las páginas luchan por la publicidad; para tener publicidad aumentan de nuevo las páginas e inventan los suplementos; para ocupar todas esas páginas deben entonces contar cualquier cosa; para hacerlo deben ir más allá de la sola noticia (que por otra parte ya dio la televisión) y, por tanto, se hacen cada vez más semanales, hasta el punto de tener que inventar y transformar en noticia lo que no es.

Tomo un ejemplo de la vida cultural y no política, y que se relaciona con un caso personal para no herir susceptibilidades. Hace meses, al

recibir un premio en Grinzane, fui presentado por mi colega y amigo Gianni Vattimo. Quien se dedica a la filosofía sabe que mis posiciones son divergentes de las de Vattimo, pero nos profesamos mutua estima. Otros saben que somos amigos fraternos desde la juventud y que amamos zaherirnos mutua-mente en ocasión de algún encuentro. Ese día Vattimo había elegido precisamente la vía de la convivencia social, había hecho una presentación afectuosa y animada y yo le había respondido de modo igualmente bromista, subrayando con aspavientos y paradojas nuestras eternas divergencias.



Al día siguiente, un periódico italiano dedicaba casi una página completa al encuentro de Grinzane que habría marcado, según el articulista, el nacimiento de una nueva, dramática e inédita, fractura en el campo filosófico italiano. El autor del artículo sabía muy bien que no se trataba de una noticia, ni siquiera cultural; había creado simplemente un caso que no existía. Les dejo a ustedes encontrar ejemplos equivalentes en el campo político. Pero también el ejemplo cultural es interesante: el periódico debía construir

un caso porque debía llenar muchas páginas dedicadas a la cultura, a la variedad y a la moda, dominadas por una ideología del espectáculo.

Tomemos *Il Corriere della Sera* y *La Repubblica* del lunes 23 de enero. El primero tiene 44 páginas, el segundo 54, pero considerando la densidad de las páginas del primero, los dos se corresponden. El lunes es un día difícil, no hay noticias políticas y económicas frescas, cuando mucho queda el deporte.

Afortunadamente ese día Italia estaba en plena crisis de gobierno y los diarios podían dedicar los artículos de fondo al duelo Dini-Berlusconi. Una matanza en Israel el día del aniversario de

Auschwitz permitía llenar la mayor parte de la primera plana, con el añadido del caso Andreotti y, para *Il Corriere della Sera*, la muerte de la matriarca Kennedy que, en cambio, *La Repubblica* ubica en páginas interiores. Crónicas de Chechenia, alguna noticia de Bonn. ¿Cómo llenar el resto? *La Repubblica* e *Il Corriere della Sera* dedican respectivamente siete y cuatro páginas a la crónica de ciudad; 14 y siete páginas al deporte, dos y tres páginas a la cultura, dos y cinco a la economía y de ocho a nueve a crónicas de la moda, espectáculos y televisión. En ambos casos, de 32 páginas al menos 15 se dedican a servicios de tipo semanal.

Tomemos ahora el *New York Times* del mismo lunes. De 53 páginas, 16 se dedican al deporte, diez a problemas metropolitanos, diez a la economía; quedan 16 páginas. En Estados Unidos no hay una crisis en curso. Washington no requiere de mucho espacio y entonces cinco páginas de *national report* se ocupan de asuntos internos. Después de la noticia obvia de la matanza ocurrida en Israel se encuentran al menos diez artículos sobre Perú, Haití, Ruanda, refugiados cubanos, Bosnia, Argelia, conferencia internacional sobre la pobreza, Japón después del terremoto, el caso del obispo Gaillot. Siguen dos densas páginas de comentarios y análisis políticos.

Dejo de lado entonces que los diarios italianos no hablan de Perú, Haití, Cuba, Ruanda. Admitamos también que los tres primeros temas interesen más a los estadounidenses que a los europeos; el resultado es que eran argumentos de actualidad internacional que los periódicos italianos han dejado de lado para aumentar la parte dedicada a los espectáculos y a la televisión.

El *New York Times*, pero sólo porque es lunes, un día en que no se sabe qué decir, dedica dos páginas al *media business*, pero no se trata de adelantos sobre personajes del espectáculo, sino de reflexiones y análisis económicos sobre el *show business*.

Que la selección es explícita lo dicen *Il Corriere della Sera* y *La Repubblica* del lunes 30, que dedican una plana, con anuncio en la primera, al hecho de que Coco Chanel haya sido espía nazi. Ante

todo la noticia ya la habíamos leído hace mucho tiempo. ¿Por qué se le menciona ahora? Porque la ha mencionado un día antes una transmisión por televisión de la BBC.



Ahora, Coco Chanel es francesa, pero el diario *Le Monde* no toma en cuenta la noticia. ¿Chovinismo francés, temor de reabrir antiguas heridas de Vichy? Sin embargo, ¿por qué no lo menciona ni siquiera el *Herald Tribune*? ¿Por qué el hecho de que un libro o una transmisión televisiva se ocupen de un acontecimiento histórico es argumento para un semanario de cultura y espectáculo? ¿A qué se ha renunciado dando tanto espacio al caso Chanel? Si se confronta con el *Herald Tribune* se encuentran 15 noticias de actualidad descuidadas por los diarios italianos: "Chechenia envía un embajador a Clinton", pero no puede hacerlo porque no tiene el estatus jurídico necesario; "Francia decide aumentar a 300 hombres su contingente en Bosnia"; "Mandela escoge un blanco como jefe de policía"; "Muere el director de la UNICEF", y así tocando China, Pakistán, Camboya, Libia, Egipto y México.

Está claro que yo como lector me divertí más leyendo la historia de Coco Chanel que la biografía del director de la UNICEF, pero la selección es clara: el periódico quería divertirme y lo hizo, y quería divertirme a partir de una noticia ofrecida por la televisión inglesa.

La lección. La prensa italiana, lo he dicho muchas veces, es hoy esclava de la televisión. La televisión es la que fija la agenda de la prensa. No existe prensa en el mundo donde las noticias de la televisión terminen en la primera plana, a menos que la tarde anterior Clinton o Mitterrand hayan hablado en la TV o haya sido sustituido el administrador delegado de una cadena nacional. No se me responda que se deben llenar las páginas.

Tengo aquí *The New York Times* del domingo 22 de enero: son solamente 569 páginas, porque estamos en enero, mientras que antes de la Navidad los números eran más voluminosos. En ese número de páginas se incluyen también los espacios publicitarios, la revista de los libros, el semanario de variedades, viajes, autos, etcétera. Veamos dónde se menciona a la TV, que además es un electrodoméstico que ocupa mucho espacio en el imaginario estadounidense. Se menciona en el suplemento "Artes y espectáculo" en la página 32, donde hay una reflexión sobre los estereotipos raciales en los programas y una larga reseña referente a un magnífico documental sobre los volcanes. Está después el cuaderno con la programación (es obvio), pero el tema de la TV no aparece ni siquiera en el suplemento de variedades y modas, que corresponde al "Sette" de *Il Corriere della Sera* o a "Il Venerdì" de *La Repubblica*. Entonces no es cierto que se necesita hablar de la TV para llenar las páginas e interesar al público; es una elección y no una necesidad.



Foto: *Brill's Content*

El mismo día los diarios italianos daban amplio espacio a un próximo programa de Chiambretti y, por tanto, se trataba de publicidad gratuita, donde la noticia central era que le había dado por entrar con las cámaras en las aulas universitarias donde estaba dando mi clase y yo, por respeto al lugar y su función, no se lo permití. Si esa era una noticia por qué es noticia que cualquier santuario permanezca immaculado para la televisión valía cuatro líneas entre los suplementos de publicidad.

Pero, ¿si en esa aula hubiese tocado, cámara en mano, un hombre político cualquiera y yo lo hubiera invitado a desistir? Hubiera tenido, sin entrar en el aula y sin aparecer en video, las primeras páginas de los diarios. En Italia, el mundo político puede fijar la agenda de las prioridades periodísticas afirmando cualquier cosa en la TV o directamente haciendo saber que lo afirmará, y al día

siguiente la prensa no hablará de lo que ocurre en el país sino de lo que se dijo o podría haberse dicho en la televisión.

Ciertamente somos un país en el cual, más que en ningún otro, la vida de la televisión se entreteje estrechamente con la vida política, de otro modo no se discutiría de *par condicio*, y esto ocurría ya en tiempo de Bernabei e incluso antes de que apareciese en el horizonte la Fininvest; por tanto, la prensa debe dar cuenta de este entramado.

Un amigo extranjero me hacía notar, el domingo 29 de enero, que sólo en Italia podía ocurrir que ese día apareciese en muchas columnas resumida la primera plana, y luego en interiores, la histórica declaración de Chiambretti: "No me voy" (sólo porque Santoro había lanzado una provocación el día anterior). Ciertamente, la decisión profesional de un cómico no debería ser noticia de primera plana, especialmente si el cómico decide no interrumpir la transmisión que está conduciendo. Si es noticia el hombre que muerde al perro y no el perro que muerde al hombre, ése era el caso de un perro que aparentemente no había mordido a nadie.

Y, sin embargo, todos sabemos que detrás de aquel debate, que involucraba incluso a Enzo Biagi, había un sentimiento de incomodidad, una polémica de claro sabor político. Debemos decir que la prensa estaba obligada a poner aquella noticia en primera plana y no por culpa propia sino de la situación italiana. No obstante, es un azar que la situación italiana sea la que es incluso por responsabilidad de la prensa.

Desde hace tiempo la prensa, para atraerse al público de la televisión, ha impuesto a la propia televisión como espacio político privilegiado haciendo publicidad (hecho único en la historia de la competencia económica) más allá de lo debido, al propio competidor natural. Los políticos han extraído las debidas consecuencias: han elegido la TV, han adoptado el lenguaje y las formas, seguros de que sólo así tendrían la atención de la prensa. La prensa ha politizado el espectáculo más allá de lo debido. Entonces era obvio que el político tratara de hacerse notar llevando a la Cicciolina al Parlamento; y el de la Cicciolina es un caso típico

porque, por instintiva *pruderie*, la TV no le había dado el espacio que le ha asegurado de inmediato la prensa.

La entrevista. Mientras que depende de la televisión para su agenda, la prensa ha decidido emularla en su estilo. La entrevista se ha convertido en el modo más típico de divulgar cada noticia de política, literatura y ciencia. La entrevista es obligatoria en la TV, donde no se puede hablar de alguien sin presentarlo pero, en cambio, es un instrumento que la prensa siempre había usado con mucha cautela.

Entrevistar quiere decir regalar el propio espacio a alguien para hacerlo decir lo que él quiere. Piensen en lo que ocurre cuando un autor ha publicado un libro. El lector espera de la prensa un juicio y una orientación y se fía de la opinión de un crítico importante o de la seriedad del título. Pero hoy un periódico se siente abatido si no consigue tener antes que nada una entrevista con el autor.

¿Qué es una entrevista con el autor? Es fatalmente autopublicidad: es rarísimo que el autor afirme que ha escrito un libro innoble. Es habitual un chantaje implícito, que sucede también en otros países: si no se concede la entrevista, no se hace ni siquiera la reseña. En todo caso el lector ha sido defraudado; la publicidad ha precedido o sustituido al juicio crítico y a menudo el crítico, cuando finalmente escribe, ya no discute el libro, sino lo que el autor ha dicho en el curso de varias entrevistas.



Con mayor razón la entrevista con un político debería ser un gesto de cierta trascendencia: o es solicitada por el político, que quiere usar al periódico como vehículo (y el periódico tiene que evaluar si quiere darle el espacio), o es solicitada por el periódico, que quiere profundizar una cierta posición del político. Una entrevista

sería debe tomar mucho tiempo y el entrevistado como sucede en casi todo el mundo después debe revisar el entrecomillado para evitar malentendidos y desmentidos.

Hoy, los diarios publican una decena de entrevistas al día, cocidas y masticadas, donde el entrevistado dice lo que ha dicho en otros periódicos pero, para ganarle a la competencia, se necesita que la entrevista de ese día sea más sabrosa que la del otro. Entonces el juego está en arrancar al político una ligera aceptación que, deliberadamente subrayada, hará explotar el escándalo.

Entonces el político, siempre en escena al día siguiente para desmentir lo que ha declarado el día anterior, ¿es una víctima de la prensa? Debemos entonces preguntarle: "¿Por qué no adopta la eficaz técnica del *no comment*?". Parece que en octubre pasado Bossi escogió esta vía, cuando prohibió a sus diputados hablar con los periodistas. ¿Vía errónea, porque lo expone a los ataques de la prensa? ¿Vía acertada, porque le ha redituado al menos dos días de presencia a plena completa en todos los periódicos, lo que en precio de publicidad vale una fortuna?

Los periodistas parlamentarios, por su parte, afirman que en todos los casos de declaración seguida de virulento desmentido, es el político el que verdaderamente ha hecho esa media declaración para que la publicase el periódico, con objeto de poder desmentirla un día después, lanzando mientras tanto un *ballon d'essai* y haciendo llegar una insinuación o una señal de amenaza. Después de lo cual habría que preguntarle al cronista parlamentario víctima inocente del político astuto: "¿Por qué lo permite?", "¿por qué no exige que lo controlen y subraya el entrecomillado?". La respuesta es simple: en este juego cada uno tiene algo que ganar y nada que perder. En la medida en que el juego es vertiginoso, las declaraciones se suceden a diario, el lector pierde la cuenta y olvida lo que se ha dicho. En compensación, el periódico resume la noticia y el político logra la ventaja que se ha propuesto previamente.

Es un *pactum sceleris* a los daños, al lector y a los ciudadanos, y es tan difuso y aceptado que se ha vuelto una costumbre no de *dación* sino permítaseme de *dicción ambiental*. Como todos los delitos, sin

embargo, al final no paga: el precio, sea para la prensa o para el político, la inadmisibilidad, y la reacción indiferente del lector.

Para volver la entrevista más apetitosa, se ha agregado, como ya se decía, el cambio radical del lenguaje político, el cual asumiendo la forma del debate y del altercado televisivo, ya no es cuidadoso sino pintoresco e inmediato.

Por mucho tiempo nos lamentamos de los políticos italianos que leían una parca y oscura declaración sobre una hoja y admirábamos a esos políticos estadounidenses que frente al micrófono, con las manos en los bolsillos, parecían hablar espontáneamente, improvisando e incluso salpicando el discurso con ingeniosas ocurrencias. Y bien, no era así: la mayor parte de ellos había seguido cursos en varios *speech centers* de su universidad; seguía y sigue reglas de una oratoria aparentemente improvisada, pero en cambio controlada hasta el milímetro; decía y dice ocurrencias registradas en manuales especializados o preparadas en la noche por *ghost writers*.

Tomado de la oratoria curial de la primera República, el político de la segunda improvisa realmente; habla de un modo más comprensible, pero a menudo incontrolado. No es necesario decir que para los periódicos, especialmente si han decidido volverse semanales, esto es maná, para usar una frase hecha. Me perdonarán la comparación irreverente, pero el mecanismo psicológico normal en la hostería de pueblo es que, si alguno que ha empujado demasiado el codo suelta una indiscreción, todo el auditorio hará lo posible para animarlo y llevarlo más allá del límite.



Esta es la dinámica de la provocación que se establece en el *talk show* y es la misma que se instaura entre cronista y político. La mitad de los fenómenos que hoy estamos definiendo como "envenenamiento de la lucha política" proviene de esta dinámica

incontrolable. He dicho, ciertamente, que en el torbellino los lectores olvidan la declaración específica, pero lo que se vuelve costumbre es el tono del debate, el convencimiento de que todo está permitido.

La prensa habla de la prensa

En esta afanosa caza de declaraciones, sucede cada vez más que la prensa habla solamente de la otra prensa. Es cada vez más frecuente en el periódico A el artículo que anuncia una entrevista que aparece al día siguiente en el periódico B. Es cada vez más frecuente la carta que desmiente haber dado nunca una declaración al diario A, a la que sigue la respuesta del periodista que afirma haber leído la declaración en una entrevista en el periódico B, sin preocuparse de si B no sustrajo indirectamente la noticia del periódico C. Colecciono un *dossier* sobre el argumento y no me pidan que lo muestre.

Entonces, cuando no habla de televisión, la prensa habla de sí misma; ha aprendido de la televisión, que habla bastante de televisión.

En lugar de suscitar una preocupada indignación, esta situación anómala hace el juego al político, que encuentra útil que de cada declaración suya en un solo medio se haga eco la caja de resonancia de todos los otros medios unidos. Así, los *mass media*, de ventana al mundo, se transforma en espejo, los espectadores y los lectores miran un mundo político que a su vez se mira a sí mismo, como la reina de Blancanieves.

L'Espresso ha lanzado a menudo campañas que han hecho época. Piénsese en el célebre e inicial "Capital corrupta, nación infecta". Pero, ¿cuál era la técnica de esta campaña? Tengo en casa sólo un año completo de *L'Espresso*, de 1965, y el otro día lo estuve hojeando. Del número 1 al 7, los artículos van de la política a la moda, sin revelaciones extraordinarias. En el número 7 aparece una investigación de Jannuzzi, "La cédula de San Pedro", donde se

acusa al Vaticano de haber sustraído en tres años 40 mil millones al fisco, con el consenso del gobierno italiano. Estamos en periodo de sesiones, se está discutiendo de nuevo el artículo 7 de la Constitución, el tema es candente. En el número 8 no se retoma el tema fiscal. Aparece en cambio un servicio sobre *Il Vicario* de Hochhut, cuya representación había sido bloqueada por la jefatura de policía de Roma, con comentarios de Scalfari y un artículo no firmado de indiscreciones sobre el Concilio. Sin que el lector se dé cuenta al primer golpe, el tema de *Il Vicario* se retoma en la sección teatral de Sandro De Feo. En el número 9 cae la polémica, pero del 9 al 13 tenemos un monitoreo, un largo servicio de Camila Cederna sobre los entretelones del Concilio.



Es hasta el número 13 y estamos a dos meses después que un artículo de Livio Zanetti abre el problema político de las discusiones sobre la revisión del Concordato y sólo al final del artículo el problema se liga al de los presuntos fraudes fiscales del Vaticano. Se regresa al tema en el número 14, no en primera plana. En el número 15 Falconi explora los casos de los curas rebeldes y de la iglesia de Barbiana, en el número 16 un editorial en primera plana habla del peso

político de una visita de Nenni al Vaticano con la pregunta: ¿sabrá el Estado italiano hacer valer sus derechos? En el número 18 inicia una nueva indagación, sobre los misterios de la magistratura.

El periódico tenía evidentemente su estrategia, sabía que no podía gritar "el lobo, el lobo" todas las semanas, dosificaba los tonos y las noticias, dejaba que el lector, poco a poco, se formara una opinión, hacía sentir a la clase política el peso de una atención discreta pero constante, dejando entender que, en caso de necesidad, podría volver al descubierto.

¿Podría un semanario comportarse actualmente de la misma manera? No.

En primer lugar, *L'Espresso* de entonces se dirigía, por su tiraje y su presentación gráfica, a la clase dirigente; hoy sus lectores han aumentado al menos cinco veces; ya no puede seguir la técnica de la insinuación sutil, progresiva, gradual.

En segundo lugar, hoy la exclusiva inicial el primer artículo del número 7 sería inmediatamente retomada y ampliada por el resto de la prensa y de los otros *media* y para poder retomar el tema el semanario debería inmediatamente subir el tiraje, encontrar noticias más explosivas a costa de inflar datos no suficientemente comprobados.

En tercer lugar, en el mundo político y en sus apariciones en la televisión, el tema habría alcanzado el nivel del altercado; el objeto de la noticia ya no sería el hecho de que existe sospecha de fraude fiscal, o un problema de Concordato, sino la pintoresca confrontación que se ha dado sobre ese problema y el semanario hablaría solamente de cómo otros periódicos o noticieros televisivos enfrentan la cuestión.

Finalmente, en cuarto lugar, entre los elementos de transformación de la prensa, no podemos dejar de considerar el nuevo comportamiento de la magistratura. La prensa intervenía allí donde las fuerzas políticas callaban y la magistratura no veía. Después de Manos Limpias, la magistratura ha conseguido tal intensidad en la denuncia, a todos los niveles, que a la prensa le queda muy poco por descubrir. No le queda sino repetir (o anticipar, en una frenética carrera hacia la indiscreción) las denuncias que parten del Palacio de Justicia, o cambiar de juego y denunciar a la magistratura, pero también allí a la zaga de la televisión. El juego de las partes se convulsiona.

Si en un tiempo un periódico debía enviar sus propios espías a los pasillos de los palacios romanos para arrebatar alguna cautelosa declaración a personas que sabían, hoy debe, eventualmente, procurarse alguien que le proporcione, no solicitados, sabrosos *dossier* de quien, si no se controla la autenticidad, se convierte en amplificador truculento, perdiendo credibilidad. Es decir, que debe jugar a la defensiva, parar golpes que vienen de afuera. No quisiera

ser pesimista, pero se corre el riesgo de que quede Pecorelli (que jugaba a medio camino entre acontecimientos, mundo político, servicios y periodismo) por encima de Arrigo Benedetti (que pensaba en el periodismo como un cuarto poder autónomo).

La prensa incómoda. Inicios de cambio

En cuanto a la exclusiva, no es que en otras partes las cosas sean diferentes de como son en Italia, y Francia ha lamentado recientemente que la carrera por la exclusiva a cualquier costo haya violado la más celosa intimidad del Presidente de la República. Cuáles serán las consecuencias de esta carrera por la exclusiva, lo dice una comparación entre el caso Nixon y el caso Clinton.

Antes de la investigación del *Washington Post* sobre Watergate, no hubo jamás ataques, que no fueran políticos, a la Presidencia y a su honorabilidad. Si consideramos en sí la entidad del dolo, Nixon hubiera salido fácilmente acusando a los colaboradores demasiado diligentes. Pero ha cometido el error de decir una mentira. A ese punto la campaña periodística ha señalado el hecho de que el Presidente de Estados Unidos había mentido y Nixon cayó finalmente, no porque fuera indirectamente culpable de espionaje, sino por ser reo del embuste. Quiero decir que la elección fue precisa, puntual, calibrada y justo por eso eficaz.

Lo que hace la campaña contra Clinton más débil y desarticulada es que ahora ya aparece una exclusiva por día, y a más de hacerlo no vacila en atribuir a Clinton e Hillary cualquier falta, de la especulación inmobiliaria a la alimentación del gato con dinero del Estado. Es demasiado. La opinión pública está confundida, y permanece fundamentalmente escéptica. El resultado, también allá, es el envenenamiento de la lucha política: ahora se sustituye un líder sólo si se logra meterlo a la cárcel.

¿Qué hacer?

Para sustraerse a estas condiciones quedan a la prensa dos caminos, ambos difíciles, porque incluso los diarios extranjeros que hasta ahora los han practicado deben de alguna manera transformarse para adaptarse a los nuevos tiempos.

La primera es la que llamo la "vía fidjiana". En 1990 estuve durante casi un mes en las islas Fidji y el año pasado casi un mes en el Caribe. Podía leer, en aquellas islitas, solamente el diario local: ocho o 12 páginas, la mayor parte publicidad de restaurantes, noticias de carácter local y el resto de agencias. Bien, estaba en las islas Fidji cuando explotó la crisis del Golfo, y en el Caribe cuando en Italia se discutía el caso del decreto Biondi, y me mantuve al corriente de todos los hechos esenciales. Estos periódicos paupérrimos, trabajando sólo con servicios de agencias, lograban dar en pocas líneas las noticias más importantes del día anterior. A esa distancia comprendía que aquello de lo que los periódicos no hablaban no era tan importante.

La vía fidjiana. Seguir la "vía fidjiana" implica naturalmente, para un periódico, una tremenda merma en sus ventas. Se convertiría en un boletín para una élite como la que lee el boletín de la bolsa; porque para comprender el peso de una noticia dada en forma esencial se necesita un ojo educado. Sería, sin embargo, una fatalidad incluso para la vida política, que perdería la función crítica de la prensa, su aguijón. Los políticos superficiales podrían pensar que a este punto les bastaría la televisión: pero la televisión, como toda forma de espectáculo, acaba. Fanfani sobrevivió más tiempo que Nilla Pizzi. Una clase política crece y madura también a través de una confrontación amplia, tranquila y reflexiva, como sólo lo puede permitir la relación con la prensa.

La clase política es la primera que tiene todo que perder (aferrando sólo alguna ventaja de breve alcance: pocos, malditos y rápido), de

una prensa diaria totalmente semanalizada y sometida a la televisión.

La atención prolongada. La otra vía sería aquella que he definido, al principio, como *la atención prolongada*: el diario renuncia a convertirse en un semanario de variedades y se vuelve una austera y confiable mina de noticias de lo que ocurre en el mundo; es decir, no hablará del golpe de Estado ocurrido ayer en un país del Tercer Mundo sino que dedicará a los acontecimientos de ese país una atención continua, aun cuando los hechos por venir estuvieran en incubación, logrando explicar al lector por qué (por cuáles intereses económicos o políticos, incluso nacionales) se debía prestar atención a cuanto ocurría. Sin embargo, este tipo de prensa cotidiana requiere de una lenta educación del lector. Hoy en Italia un diario, antes de llegar a educar en ese sentido a los propios lectores, los habría perdido. Incluso el *New York Times*, que tenía lectores educados y funcionaba en Nueva York con un régimen prácticamente monopólico, enfrenta ahora al muy coloreado y más ligero *USA Today* que le roba mercado.

Podría suceder también otra cosa. Con el desarrollo de la telemática y de la televisión interactiva, pronto cada uno de nosotros podría componer e incluso imprimir en casa con el telecomando, el propio diario esencial, escogiendo de una gran cantidad de fuentes.

El diario telemático

Podrían morir los diarios, no los editores de diarios que venderían informaciones con costos reducidos. Sin embargo, el periódico hecho en casa podría decir solamente aquello en lo que el usuario está ya interesado de antemano y lo alejaría de un flujo de informaciones, juicios y alarmas que habrían podido reclamar su atención; le quitaría la posibilidad de atrapar, hojeando el resto del periódico, la noticia inesperada y no deseada. Tendríamos una élite de usuarios informadísimos, que saben dónde y cuándo buscar la noticia, y una masa de subproletarios de la información, satisfechos

con saber solamente que en los alrededores nació un becerro con dos cabezas: es lo que ya sucede en los diarios del Middle West estadounidense.

También en este caso sería una desgracia para los políticos, obligados a replegarse a la televisión; se tendría un régimen de república plebiscitaria, donde los electores reaccionarían solamente a las emociones del momento, transmisión por transmisión, como se suele decir, en el tiempo real. A alguien le puede parecer una situación ideal, pero hay que tener cuidado, pues en tal caso no sólo el hombre político sino los propios grupos y movimientos tendrían la vida breve de un modelo.

¿Un futuro Internet?

Queda abierto un futuro Internet y políticos como Al Gore lo comprendieron desde hace tiempo. Entonces la información se difunde por innumerables canales autónomos, el sistema es acéfalo e incontrolable; cada uno discute con los otros, no sólo reacciona emotivamente al sondeo en el tiempo real, sino que dirige mensajes incluso profundizados que descubre poco a poco, relaciones y discusiones entretejidos más allá de lo que es la dialéctica parlamentaria o la vetusta polémica periodística. Pero, ¿qué sucedería, al menos por algunos años?

Ante todo, las redes telemáticas seguirán siendo un instrumento para una élite culturizada y joven, no para el ama de casa católica, no para el marginado al que se dirige Refundación Comunista, no para el pensionado al que convoca el PDI (Partido Democrático de Izquierda, ex PCI), no para la señora burguesa que se manifiesta por el Polo¹.

En segundo lugar, no se ha dicho que estas redes puedan realmente permanecer acéfalas, sustraídas de todo control de las alturas,

¹ Se refiere al llamado Polo de la Libertad, coalición de partidos de derecha (N. del T.).

porque estamos ya en una situación de congestión y mañana un Gran Hermano podría controlar los canales de acceso, ¡y entonces, olvídense de la *par condicio*!

En tercer lugar, la enormidad de informaciones que permiten estas redes podría llevar a una censura por exceso. El *New York Times* del domingo contiene realmente *all the news that's fit to print*, todo lo que vale la pena publicar, y no se diferencia mucho del *Pravda* de los tiempos de Stalin porque, dado que no es posible leerlo todo en siete días, es como si las noticias que ofrece fueran censuradas; demasiadas noticias, ninguna noticia. El exceso de información lleva a criterios casuales de destrucción o a cuidadas selecciones permitidas, de nuevo, a una élite educadísima.

Función fundamental

¿Cómo concluir? Considero que la prensa, en el sentido tradicional del diario y del semanario hechos de papel, que se consiguen voluntariamente en el quiosco, tiene aún una función fundamental, no sólo por la evolución civil de un país, sino también para nuestra satisfacción y por el placer de estar acostumbrados, desde hace siglos, a considerar con Hegel la lectura de los diarios como la plegaria matutina del hombre moderno.

Pero así como van las cosas, la prensa italiana manifiesta en sus propias columnas una incomodidad de la que es consciente, sin saber cómo salir de ella. Ya que las alternativas como hemos visto son difíciles de intentar, es necesario que inicie una lenta transformación a la cual el mundo político no puede permanecer ajeno.

Para comenzar, ocurre a menudo que un hombre político envíe a un periódico un artículo que aparece bajo la leyenda: "recibimos y publicamos con mucho gusto". Es un modo de contribuir a la reflexión, de asumir la responsabilidad de las propias declaraciones. Que pida el político que se le permita revisar cada entrevista y que suscriba el entrecomillado. Aparecerá menos en los periódicos, pero

cuando lo haga será tomado en serio. Ganarán ventaja también los periódicos, que no se verán condenados a registrar solamente golpes de humor arrancados entre uno y otro café.

¿Cómo llenará la prensa estos vacíos? Tal vez buscando otras noticias en el resto del mundo, que no es el pequeño cuadrado entre Montecitorio y el Palazzo Madama, cuadrado que a millones de personas no les importa en absoluto. Y también se trata de millones de personas que deben importarnos, de las que la prensa debe hablar más, no sólo porque miles de nuestros conciudadanos construyen algo con ellos, sino porque de su crecimiento o de su crisis depende el futuro de nuestra sociedad, y querría decir de la sociedad europea, sometida a flujos no ya inmigratorios sino migratorios de alcance histórico.

Esta es una invitación tanto para la prensa como para el mundo político, a mirar más al mundo y menos al espejo.

Texto leído por Umberto Eco en un seminario promovido por la presidencia del Senado, en Italia, a fines de enero de 1995 y publicado originalmente en *L'Unità*, febrero de 1995. **etcétera**, en su primera época, lo reprodujo en junio de ese año.

Traducción: Adriana Guadarrama.

Fuente: <http://www.etcetera.com.mx/pag58ne19.asp>