

Categoría: 153-La Clase

Publicado: Miércoles, 31 Mayo 2023 15:27

Escrito por Gabriel Humberto García Ayala

---



*La era de la comunicación. De los periódicos a Wikileaks* (título provisional en español), es el nombre de un libro de Umberto Eco publicado recientemente. El volumen reúne reflexiones sobre algunos hechos sucedidos de los años sesenta a 2010. La pregunta es ¿por qué publicar nuevamente esos textos? Porque tienen actualidad y servirán para que las nuevas generaciones conozcan la obra del autor de *Políticos e integrados frente a la cultura de masas*.

En el prefacio se aclara que la obra de Eco ha desenmascarado los riesgos de un fascismo rastrero y consciente, así como las múltiples formas de intolerancia hacia el otro. Y se añade que “es impresionante ver como, a lo largo de esta evolución, parece referirse a una prensa de otro tiempo, Eco agrega mecanismos que aún son muy actuales, que, de hecho, debemos tener en cuenta cuando miramos la información contemporánea, desde la televisión hasta la web”.

¿Cómo han cambiado los medios, con qué mecanismos y qué artimañas se emplean en la época que llamamos "Era de la Comunicación"? Volvemos a preguntarnos. Y Umberto Eco responde observando la prensa, la televisión, la internet, cuestionando los lenguajes de los medios, sus estrategias de manipulación, sus influencias mutuas, desde una perspectiva que considera a los diversos medios como un sistema integrado. La información no se contamina solo o tanto con las *fake news*. Ruido, confusión, retórica del exceso son sólo algunas de las características que, ahora como entonces, marcan la Era de la Comunicación. “Para hacer ruido no es necesario inventar noticias. Basta con difundir noticias verdaderas pero irrelevantes, que sin embargo crean una sombra de sospecha por el simple hecho de que se dan”.

El volumen inicia con un ensayo que todavía posee una extraordinaria significación, y que está entre las obras más citadas de Eco en la literatura sobre los medios: “Para una guerrilla semiológica”, que nos recuerda lo imprescindible que es reintroducir una dimensión crítica en la recepción frente a la “deidad anónima de la Comunicación Tecnológica”, aun cuando ésta toma la forma actual de un algoritmo, un buscador o mil perfiles sociales anónimos.

Ya en el decenio de los sesenta, el autor de *El nombre de la rosa* señalaba que “hoy un país pertenece a quien controla las comunicaciones”. Y agregaba que la comunicación se ha transformado en una industria poderosa. Cuando el poder económico pasa de quien posee los medios de producción a quien tiene en sus manos los medios de información y que pueden determinar el control de los medios de producción, el problema de la alienación cambia de significado”.

En otro de los capítulos, Eco analiza el contenido y las políticas editoriales de los periódicos *Corriere*, *La Repubblica* y el *New York Times*, que como la mayoría de los diarios, los lunes se enfrentan a un día difícil, ya que no hay noticias relevantes sobre política y economía, lo que destaca es la actividad deportiva. Por lo tanto publican noticias de relleno sin mucha trascendencia.

UmbertoEco precisó en otro de sus ensayos que los medios de comunicación se han transformado de ser una ventana del mundo a ser un espejo, en donde los espectadores y los lectores observan un mundo político que se mira a sí mismo, como la reina de Blanca Nieves.

En otro de los capítulos, el autor de *El cementerio de Praga* participa en el debate sobre los cada vez más destructivos fenómenos meteorológicos: “Yo creo que si el huracán que destruyó Nueva Orleans no hubiera encontrado terrenos excavados, allanados, dragados, deforestados, saqueados, sus efectos hubieran sido menos dañinos. Creo que todos están de acuerdo en esto. Donde en cambio comienza el debate es si un huracán aquí y un tsunami allá se deben al calentamiento global. Inmediatamente aclaro que, aunque no soy poseedor de conocimientos científicos al respecto, estoy convencido de que las alteraciones de muchas condiciones ambientales provocan fenómenos que no hubieran ocurrido si hubiéramos tenido más en cuenta el destino del planeta, y por lo tanto estoy con el Protocolo de Kioto. Pero también creo que siempre ha habido tornados, ciclones y tifones, de lo contrario no habríamos tenido hermosas páginas de Conrad, o películas famosas dedicadas a estos desastres.”

En otro de sus ensayos aborda la publicidad en estos términos, a propósito de algunos mensajes confusos: “... no es necesario entender lo que dicen: es el gran rumor el que vende los teléfonos, por ejemplo. Creo que de común acuerdo las grandes fábricas renuncian a vender sus productos, y se han puesto de acuerdo para hacer una publicidad generalizada, que sirva para difundir la idea de que hay teléfonos. Si después usted adquiere Nokia en lugar de Samsung, esto lo decidirán otros factores, pero no será la publicidad. En efecto, la publicidad-rumor asume la principal función de hacer recordar el sketch, no el producto. Intente pensar en la publicidad más agradable -algunos mensaje son hasta divertidos- y de recordar a qué producto se refiere. Son muy raros los casos en los que por golpe de suerte el nombre del producto se asocia a la publicidad.”

También se refirió a algo que se ha agravado. Ya en 2009 Eco consideraba que los jóvenes no leían periódicos, porque es más cómodo buscar en la internet la página de un diario porque en una sola hojeada se enteran de la noticia que les interesa.

En otro de sus ensayos, Eco escribió sobre los rumores, el silencio y los *best seller* en los siguientes términos:

“Es solo en el silencio que funciona el único y verdaderamente poderoso medio de información que es el rumor. Cada pueblo, aunque esté oprimido por el más poderoso de los tiranos, siempre ha logrado

saber todo lo que sucede en el mundo a través del rumor. Los editores saben que los libros que se convierten en *best seller* no es por la publicidad, sino por un término que en francés se dice *bouche à oreille*, en inglés *Word of mouth*, y en italiano *passaparola*: los libros obtienen el éxito a través del rumor”.

En otro de sus ensayos se refirió al silencio: “Y aquí diría que uno de los problemas éticos que se nos plantea es cómo volver al silencio. Uno de los problemas semióticos que podríamos abordar es estudiar mejor la función del silencio en los diversos modos de comunicación. Aproximación a una semiótica del silencio: puede ser una semiótica de la reticencia, una semiótica del silencio en el teatro, una semiótica del silencio en la política, una semiótica del silencio en el discurso político, es decir, la larga pausa, el silencio como creación de suspenso, el silencio como negación, silencio en la música”.

Con respecto a sus reflexiones sobre WikiLeaks expresó que se ha dicho que, además, el escándalo de los contenidos dados a conocer era sólo aparente, ya que WikiLeaks inauguró una nueva era histórica. Y aquí destaca la actualidad de los escritos de Eco, y en nuestro país. Fue el caso del hackeo de los archivos del ejército por Guacamaya Leaks, es decir que “si los gobiernos continúan confiando sus comunicaciones y sus archivos confidenciales a la internet o a otras formas de memoria electrónica, ningún gobierno del mundo podrá alimentar más áreas de secreto, y no digo solo Estados Unidos, ni siquiera San Marino o el Principado de Mónaco. Y un escándalo se evidencia cuando trae al discurso público lo que todos sabían y decían en formas más privadas, y permanecieron susurrados, por así decirlo, solo por hipocresía”.

Y Eco abunda en su análisis “tratemos de captar la magnitud del fenómeno. Érase una vez, en la época de Orwell, uno podía concebir al Poder como un Gran Hermano, que vigilaba cada gesto de cada uno de sus súbditos, incluso y especialmente cuando nadie era consciente de ello. El Gran Hermano televisado es una mala caricatura porque allí todos podían monitorear lo que le sucedía a un pequeño grupo de exhibicionistas que se reunían solo para ser vistos, y por lo tanto el asunto tenía un significado puramente teatral o psiquiátrico. Pero lo que todavía era una profecía en la época de Orwell ahora se ha hecho realidad a través del teléfono celular, cada transacción realizada, cada hotel visitado, cada carretera recorrida se conoce a través de

Categoría: 153-La Clase

Publicado: Miércoles, 31 Mayo 2023 15:27

Escrito por Gabriel Humberto García Ayala

---

las tarjetas de crédito, cada presencia en un supermercado se conoce a través de un circuito cerrado de televisión, etc., y así el ciudadano tiende convertirse en la víctima total del ojo de un Hermano muy Grande”.

“Así al menos pensábamos hasta ayer -aseveraba Umberto Eco-. Pero ahora se demuestra que ni siquiera los secretos del Poder pueden escapar al seguimiento de un hacker, y por tanto la relación de seguimiento deja de ser unidireccional y se vuelve circular. El poder controla a todo ciudadano pero todo ciudadano, o en todo caso el hacker elegido para vengar al ciudadano, puede conocer todos los secretos del Poder”.

Como hemos visto en esta brevísima reseña y a modo de conclusión, en cualquier caso, deben considerarse las cualidades contenidas en este libro. Lo que es importante subrayar es que esta colección de ensayos ayuda al lector a tener una visión diacrónica del profundo interés por parte de Eco en los fenómenos comunicativos, ayudándolo así a reflexionar sobre la transformación y sobre las diferencias que hay en los diversos artículos escritos en contextos y en diferentes situaciones históricas. Si bien es cierto que Eco siempre se interesó por estos temas, también es verdad que lo hizo de una manera diferente y que su pensamiento fue cambiando con el tiempo, se adaptó a las diversas transformaciones de la realidad histórico-cultural. Y quizás sea el paso del tiempo lo que da sentido a las reflexiones de Umberto Eco, que están en el centro neurálgico de estas reflexiones.