

Extrait du El Correo

<https://www.elcorreo.eu.org/La-Prensa-Critica-del-periodismo-de-Huberto-Eco>

# **La Prensa : Crítica del periodismo de Huberto Eco**

- Empire et Résistance - Bataille pour l'information -

Date de mise en ligne : vendredi 29 novembre 2002

---

**Copyright © El Correo - Tous droits réservés**

---

Por Umberto Eco (\*)

[Bitacora](#)

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.

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. 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.

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. 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 sobre 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, 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 del poder, pero impermeable para la ama de casa.

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.

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 algunos 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... 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.

Un estudio sobre el mitin 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 para los apasionados de las bodas principescas, o de bajo nivel, 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 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.

### **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 unos 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 mutuamente 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.

El lunes es un día difícil, no hay noticias políticas y económicas frescas, cuando mucho queda el deporte.

Tomemos un lunes en Italia y veremos que El Corriere della Sera y La Repubblica 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.

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. Es la información espectáculo.