

# **¡Salven a Clark Kent!**

*Exhortaciones ante la muerte del periodismo*

*Un libro de Tato Contissa*

*A algunos de los nombrados en esta aventura. Para que no me odien sin saber que se están odiando en lo que digo, puesto que lo que digo no lo digo desde ningún lugar ajeno a ellos, soy parte impotente de lo que aquí se describe.*

*A los que no nombro, parte de los cuales son el reaseguro de la salvación posible. Y al resto, periodistas estudiantes y compatriotas, para que sean la esperanza.*

## La Exhortación del Título

Tenía la conciencia de la muerte del periodismo. Tenía los cincuenta síntomas de la enfermedad clasificados y descriptos. Tenía la razón política de clamar por la salvación de algo resueltamente funcional al futuro de los hombres. No toleraba imaginar un mundo sin periodistas. Tenía ideas tan firmes como vagas de qué hacer y de quiénes era responsabilidad ese hacer para impedir la extinción.

Tenía el libro, aún cuando no había sido escrito.

Me faltaba el título, para empezar a escribir ese libro.

Christopher Reeves se mueve incómodo en su saco de gabardina. La voracidad de Luisa se arroja sobre la oportunidad de la nota que le alienta Pedro Withe.

Vi la escena media docena de veces. Por eso me detuve en esa incomodidad. Es la incomodidad que produce el asedio, y con el asedio la encerrona, y con la encerrona el final. Le quito el envoltorio a un alfajor y me concentro en la pantalla.

Christopher Reeve es Clark Kent. Clark Kent es Superman. Todos lo sabemos. Todos salvo los personajes del reparto de la película. Ellos son Jaime, Luisa, Pedro, y son especialmente los que ignoran que Clark y Superman son la misma persona. Que lo ignoren mientras nosotros lo sabemos es parte fundamental de la trama. Y también parte esencial del resto de la historia que no contiene las respuestas a las preguntas que a mí me surgen esta vez, por vez primera, cuando advierto la incomodidad extrema de Clark.

Muerdo el alfajor.

Esos Luisa y Pedro, esos periodistas son unos simples chismosos, ansiosos de primicias, hechos truculentos y espectaculares, y de escandalotes y de curiosidades banales y de historias ramplonas. La sociedad y sus valores, los ciudadanos, su seguridad y sus derechos, son una y otra vez salvados de los villanos y malhechores por Superman. Es Superman quien pone cada tanto ciertas cosas en su lugar y garantiza que impere la justicia, la ley y el orden. Y Superman es Clark Kent cuando no es Superman.

Otro mordisco.

Ahora, cuando Superman es Clark Kent, no es un gran periodista. Al menos no lo consideran así ni Pedro, ni los lectores, ni el fotógrafo pelirrojo.

Y no lo es a pesar de sus poderes porque le falta lo que tiene Luisa. O, para mejor decir, le sobra lo que Luisa no tiene, que no es un sexo de acero precisamente, sino un montón de escrúpulos.

Está muy claro que Clark es desconsiderado como periodista por sus excesivos escrúpulos.

Obviamente esos escrúpulos son parte de la naturaleza de Superman. Si no tuviese esos escrúpulos no andaría por allí invirtiendo sus súper energías en bajar gatos de los árboles y maniatar pandillas de asaltantes de bancos. Se concentraría en lograr aquello que tanto ansía Cerebro, el ratón petiso y cabezón de otro comic animado, que es dominar el mundo.

Ahora bien, ¿por qué Superman escogió esconderse detrás de un periodista?

Esa es la pregunta.

Me felicito mientras termino mi alfajor.

Veamos. Clark estaba convencido que desde el periodismo podía estar al tanto de todo acontecer en Metrópolis, que los ojos y los oídos del pueblo estaban allí, en el laberinto vidriado de la redacción.

Entonces, cuando eligió su cobertura, la cobertura de su superpersonalidad, no imaginó la verdad, la que se reflejaba ahora en esa incomodidad de la escena en la que advierte que el periodismo parece estar en otra cosa. Una cosa muy diferente a la que él creyó cuando eligió la carrera de periodista.

Hay allá afuera un montón de curiosidades infantiles a las que adormecer con historias. A construir esas historias parece que se dedica el periodismo. Luisa, Pedro, los demás.

Clark se había tomado muy en serio sus dos trabajos.

Superman se había tomado muy en serio sus dos trabajos.

Ambos sabían que sólo en uno era invencible, y que en el otro, sino cambiaban ciertas condiciones, afuera y adentro de las redacciones, estaba destinado a desaparecer.

Me quedé mirando el interior sedado del papel que envolvía el alfajor liquidado.

Sobre esa superficie tersa escribí con un marcador fino de tinta indeleble:

Título posible...Salven a Clark Kent.

# Capítulo Primero

## La Función va a empezar... (La forma en función de los ritos mediáticos)

*Fíjate en ti mismo. Desvía tu mirada de todo lo que te rodea y dirígela a tu interior. He aquí la primera petición que la filosofía hace a su aprendiz. No se va a hablar de nada que esté fuera de ti, sino que se hablará exclusivamente de ti.*

*Johann Gottlieb Fichte. Introducción a la teoría de la ciencia.*

*“En los últimos años del milenio, la cámara de televisión fue como el lago de Narciso en el que se ahogan las vanidades. Se es porque se es mirado. No importa si la mirada es de reprobación o admiración, lo que cuenta es ser reconocido. Y esto sólo se consigue con aparecer en la televisión; la pérdida del anonimato, aunque sea efímera y no influya para nada en la vida de los otros y sí en los que buscan aparecer, anestesiados por una falsa sensación de poder.”*

*Norma Morandini*

Juan Castro ha muerto.

Hay unos restos de Juan Castro que por semanas y meses no serán sepultados. Y esa vigilia de velorio mediático muestra toda la impudicia de que es capaz ese sistema.

A las primeras horas de la carroñería sucederán las horas del escarnio. El puto imperdonable, bello y paradójico, diseccionado brutal e incompasivamente, deberá darle a ese sistema mediático tanto como a la sociedad que lo sustenta una multiplicidad de respuestas que sirvan para encubrir las culpas profundas que, más allá de Juan Castro, tienen sociedad y sistema.

Si sólo se tratara de mal gusto. Pero no.

Es una cultura, una manera de ser y de hacer. Un procedimiento que se juzga desde adentro del periodismo como inevitable.

En la radio escucho tenores, bajos y barítonos. Desde la baratura escandalosa y el comentario pedestre hasta las intelectualizaciones más forzadas en la necesidad de tomar distancia y plantar diferencias. Para graficar digo: desde Polino hasta Barone. Pero nada logra ir en desmedro de ese intento de variación. Todos, en lo estructural, son lo mismo.

Llamaría a Barone desde mi respeto y le preguntaría sobre su necesidad de hablar de ese tema. Pero no lo llamo porque sé la respuesta que no me va a dar.

Hay una compulsión inexorable a no quedarse fuera de “la agenda”. El periodismo se encuentra impelido a dar cuenta de todo, a tomar posición frente a todo, a no escatimar ni un trazo del relato que debe dibujar al mundo. Existe en ese ánimo, un temor reverencial a defraudar la expectativa de “la gente”. “Ellos” están aguardando que diga yo alguna cosa respecto de todos los hechos de “la agenda”. Allí voy.

¿Qué sería de mí si nada dijese sobre la muerte de Juan Castro? De modo que allí voy a decir alguna cosa respecto de este hecho de “la agenda”. Y entonces diseño mi posición. Graciosa y desgraciada posición, como la de la revista Noticias, dedicándole la tapa de su número a un personaje considerado, en esa misma portada, vacío. La paradoja de la importancia de lo que, decimos, carece de toda importancia.

Además he visto a la gente rezando, portando su foto, llorando como si se tratase de un ser cercano y querido, cosa que, por el poder actual de los medios de comunicación, sea quizá irremediablemente cierto. Es muy posible que Juan Castro sea un ser querido y cercano en esta sociedad de lejanías y desamor.

Junto al cadáver de Juan Castro yace otro cuerpo, cuyos olores no alcanzan a llamar la atención del gran público. El cuerpo tiene un tiempo largo de agonía y otro presunto de descomposición. Nadie lo advierte. Nadie lo llora. Nadie lo lamenta.

Nadie vela el ignorado cuerpo del periodismo.

- El cinco por ciento...y no los conoce nadie – cacheteó la respuesta con una certidumbre rayana en la displicencia.

Estoy parado en el extremo argentino del puente binacional en trámite de bautizo Tancredo Neves. Corre el final de 1985, un año signado por el afianzamiento de la Coordinadora en el gobierno de Raúl Alfonsín, el Plan Austral, y la primera victoria en el campo legislativo del nuevo gobierno de la democracia.

Allí habemos una troupe de periodistas, de diferentes medios, entre los que recuerdo especialmente a Oscar Cardozo y a Jorge Dorio. Las razones del recuerdo se vinculan al respeto que tengo por el primero y a la comunidad generacional que tengo con el segundo. Porque lo cierto es que ellos se mantienen inexplicablemente al margen de la discusión.

Los que sí discuten, y a orillas de la violencia, son dos muchachos cuyos nombres se me escapan, pero que en cualquier caso bien podrían ser, por la edad y por el talante, cualquiera de los destacados periodistas de los medios electrónicos de hoy día. Especialmente uno se había manejado durante toda la jornada con esa velocidad de tiburón que tanto se festeja contemporáneamente en la colectividad periodística.

- Tenés una idea bastante pobre de lo que es el prestigio – replicó el segundo ante el arrecio estadístico del primero.

- Repito – en un tono destinado a incluir en la conversación a todos los periféricos – los que vos llamás periodistas son el cinco por ciento a gatas, del resto el 60 por ciento se pudre en las redacciones haciendo boletines, flashes, pirulos y recetas de cocina y el resto es la televisión. Y el prestigio – remató feliz de haber concitado la atención de todos – viene después de que te conocen...y te conocen si vas a la televisión... ¿tan difícil es de entender?

- A la larga – equivocó fatalmente el otro – los verdaderos periodistas son los que sobrevivirán.

Casi veinte años después, trato de evitar la selectividad del recuerdo. ¿Era entonces una discusión sobre el destino de la profesión o se trataba simplemente de una cuestión



vinculada a los destinos de los periodistas? ¿Importaba tanto para los que discutían en ese límite circunstancial como para los que atestiguábamos tal confrontación? No tengo tal capacidad de abstracción.

Si recuerdo lo que se dijo, grosso modo, de una y otra parte, posiciones que, aún cuando antagónicas, se paraban en la misma cuestión de fondo: Había un algo que nacía y que se comía irremediabilmente a un otro algo que moría.

Para algunos de nosotros, los periodistas de ese día en el Tancredo Neves, unos pocos quizá, la cuestión tenía que ver con el destino del periodismo, para los más, en y fuera del puente, se trataba del destino personal, individual. Veo ahora, con el paso de los años, que frente a la voluntad de supervivencia de los individuos de la posmodernidad parece que poco puede hacer esa cosa vetusta de la moral colectiva.

El destino del periodismo se diluye ante la necesidad de los periodistas de cumplir su propio destino.

-----

Está el Blumberg de carne y hueso y está el otro, la construcción mediática, la medida canónica de los sectores medios que encontraron un dolor de identidad y una glorificación de sus temores.

La ideología de esos sectores, que atraviesa toda la sociedad, vertebra además la cultura de los medios.

Los medios piensan como la clase media, la gente en los medios es la clase media. El sentido común, para esta cultura, es el sentido "del común de la gente". Y aún cuando el periodismo se siente (y se desea) ajeno a ese anonimato, no cesa de reverenciarlo en el discurso. Su adicción a las audiencias construye una demagogia suficiente para envaselinar la columna mercurial de los ratings.

Por eso uno y otro Blumberg se han convertido por un tiempo indeterminado en la piedra de toque de la referencia mediática. Pocos se atreven a rozar la túnica del nuevo tribuno. Un tribuno que no cesa de atropellar a las instituciones que desconoce y que ignora indeliberadamente.

Indeliberadamente porque la ignorancia de Blumberg es genuina, la misma ignorancia que los sectores medios mayoritariamente tienen sobre la cosa pública.

Pocos se atreven a contrariar al personaje. Casi nadie. Los periodistas más aventurados juegan al sosiego y al equilibrio, y hasta a la condescendencia ante cada infortunio verbal del nuevo santo.

Los griegos llamaban a quien se desentendía de la cosa pública: idiota. Una paradójica idiotocracia se apoya en el terror del periodismo a desafiar la caprichosa voluntad de las audiencias.

-----

Sintió la carga amenazante de la voz del contestador. Era una mujer, mucho peor para él. Con la pesadez admonitoria de una esposa defraudada, de una hermana beligerante, de una hija hastiada, de una madre abochornada ante la conducta del hijo.

– Después de eso que leyeron pienso cambiar de radio. Ustedes no tienen derecho a degradar la persona del padre de Axel.-

Se había tomado en serio la modalidad de los mensajes telefónicos al aire. Tanto que ya casi ni chequeaban lo que salía. De manera que la voz de esa indignación golpeó con furia inesperada.

Había tres cosas. La primera “cosa” era la cosa del temor. La sentía alrededor de los ojos, en el cuello, en los bronquios, como un sofoco. Era el temor a desaparecer por efecto de cambio de dial. Conocía esa condena, puesto que había vivido una vida de culpable. Una vida de decir lo que más le parecía, lo que más concluía, lo que se presentaba ante su conciencia luego de haber reunido datos, contrastándolos y finalmente reflexionado. Esa tarea siempre lo alejaba del sentido común y lo acercaba a su patíbulo. Se había entrenado para convencer, y para convencer había que argüir. Y argumentar era investigar, estudiar, trabajar. Le parecía escuchar la voz del Ruso haciéndole el favor de amigo de una condescendencia compasiva diciéndole mientras comentaba sus escritos:

-Qué manera de esforzarte por ganar amigos que tenés.-

Pero al Ruso le importaba más el amigo que el periodista (porque casi amigos ya no tiene) y siempre terminaba mirándolo como quien mira el irremediable trayecto de alguien que acaba de caer por el hueco del ascensor.

Él en cambio, se obstinaba en sostener la forma del periodismo que no recordaba quién le había enseñado.

Supo tarde, cuando ya la modalidad se le había hecho hábito, que la tarea no era la de convencer sino la de coincidir, la de captar el temperamento de “la gente” y reproducirlo con fidelidad, la de halagar el oído del oyente, la de decir “lo que la gente quiere oír”. Y aún cuando tarde, cuándo tarde eso ya le era sabido, no lograba sino apenas aproximaciones y, como en ese caso, cuando el asunto lo desbordaba, cuando el resultado de su pensar se le volvía irrefrenable, volvía a contrariar al “soberano” y a recibir la condena.

La segunda cosa era que le tiraban a Axel por la cara. Le tiraban la poderosa y fantasmal figura del chico asesinado como la carga de la prueba. Lo inhabilitaban silenciándolo con la impronta de la muerte, con su indiscutible fatalidad. Lo ponían en ese lugar en el que el gesto condenatorio clausuraba todo pensamiento posible.

Ahora hijito mío tenés que sentir. Y sentir significa imbuirte del sentimiento promedio de la audiencia. Mutar extático al inconsciente colectivo en una relación que siempre te obstinarás en vincular con “el uno y el todo”. Muy oriental y muy a propósito.

La tercera cosa era la necesidad de una tanda, otro par de mensajes, un tema musical y un respiro. Había pecado de una inteligencia prohibida en el paraíso mediático. Dios estaba enfurecido, y muy dispuesto a escuchar la radio de Hadad.

-----

Cuando una especie desaparece, previamente han desaparecido las condiciones esenciales de su habitat. Pero nada termina allí.

La desaparición conlleva nuevas futuras desapariciones. La misma cadena de acontecimientos que formula la vida en toda su expresión se repite en el mundo humano.

Tomo por cierto que el periodismo tiene como causa y efecto de su trabajo la condición esencial de las democracias: la libertad.

Si no hay error en estas apreciaciones, las condiciones esenciales del habitat en el que se desenvuelve el periodismo han desaparecido o están desapareciendo dramáticamente. Digo: nada menos que la libertad.

Tal vez salvar al periodista sea, en una instancia previa, salvar el apetito de libertad que ha mantenido el latido de la historia.

Como el gesto de amor que salva a la pareja cuando todo parece terminado.

De manera que no es este un libro para periodistas desde la misma exhortación del título.

Pero es éste también un libro para periodistas.

Sin el control social y sin la vergüenza profesional el periodismo termina irremisiblemente yéndose por la esclusa del nuevo siglo.

El control social puede darse no sólo con un mejor ciudadano sino con un ciudadano alfabetizado en la construcción de la realidad que hacen los medios. Este libro es en parte eso, un intento de vulgarización de las distorsiones sufridas por el periodismo en plena sociedad mediática.

Saber es la mejor defensa contra cualquier arte de manipulación.

Desenmascarar de la forma más prístina esas distorsiones, es poner proa a la rectificación y coto a su perjuicio. Esa es toma de conciencia y de conducta que nos compete a los periodistas. Este libro es también en parte esto otro, un "llamado en el hombro" a periodistas y subespecies, a estudiantes y a estudiosos del oficio.

El conocimiento crea conducta y posibilita la ética.

Y ambas acciones deben darse unísono, ya que el control ciudadano para cualquier función vital del sistema ratifica aquello que dijera un argentino: “Los hombres son generalmente buenos. Pero si se los vigila suelen ser mejores.”

-----

A Diego se le cuelga un helicóptero sobre la casa. La vigilia periodística es pertinaz. La devoción por esa vigilancia convence a los cronistas de su seriedad y de su necesidad.

Hay que estar.

Y hay que encontrar algo para contar, algo para mostrar que se está, y que se está atento, y que el resultado de esa atención garantiza que, si algo sucediera, “la gente” se enteraría por nosotros.

A partir de nosotros y de nuestra vigilia, de nuestra devoción, nuestra seriedad y de la necesidad del trabajo de la vigilancia, todo cobra sentido y razón de ser.

Y entonces sucede. El fisgoneo se vuelve arte y una imagen premia la perseverancia. Igual que la foto de portada del Balbín agonizante y atravesado de tubos de treinta años atrás, la imagen de un Diego infortunado, de un Diego diezmado por su desgracia sale a la luz y se revela a todo color y a todo impudor.

La imagen es real. Su realidad justifica su necesidad. Como todo puede y debe saberse, debe conocerse, lo que es real “necesita” hacerse saber.

Y nosotros, los periodistas, nos encargamos de eso.

-----

El que mal cría al chico sufre al chico malcriado, dice la frase gallega.

Los gustos aculturados en las audiencias se terminan convirtiendo en la esclavitud y el sufrimiento del productor, igual que la ineptitud del padre se convierte en su posterior

padecimiento. Pero, en ambos casos también en su seguridad. Tanto el padre como el productor tienen refugio y consolación en el hecho inexorable de que las audiencias siempre tienen la razón, como los clientes, o en que el nene es “la piel de Judas y no hay qué hacer con él”. Las razones de la porquería que se produce o de la porquería que se tolera están en las audiencias y en el nene, nunca en el padre o el productor.

El éxito se diferencia del triunfo en que aquel tiene la posibilidad de la recurrencia. Para tener éxito hay que seguir los pasos de la receta, hay que seguir los caminos de la experiencia probada. El triunfo tiene carácter de único, es un resultado innovador fruto de factores que sólo pueden ser evaluados por el historiador, pero que jamás podrían repetirse desde la mecánica del laboratorio. Los ejércitos de los imperios tienen éxitos. Las victorias de las insurgencias contra el imperialismo o cualquier otro tipo de opresión son triunfos.

Los medios siguen las modalidades impuestas desde lo que se supone es requerimiento de las audiencias en busca del éxito. En los medios, cada tanto, alguien innova y seduce el gusto de las audiencias con algo que las audiencias no podrían querer pues desconocían. Estos últimos son triunfos, y ciertamente que no son pocos en los medios argentinos.

Hecha la elección por el éxito y desconociendo el sabor glorioso del triunfo, los medios se arrojan a satisfacer los deseos de un público al que, previamente, hay que suponer.

En 2001 realizamos un trabajo de investigación que entre otros arrojó un resultado precioso para este análisis. La mayoría de las elecciones que hacen los productores mediáticos se solventan en suposiciones respecto de lo que “la gente quiere”. Estas suposiciones están referidas a mediciones que son todas, sin exclusión, de carácter cuantitativo. Es decir los ratings. Repetir fórmulas, remedarlas o bien desarrollar modelos “nuevos” en función de los paralelos o las tangentes trazadas sobre los viejos, son las maneras de seguir de modo seguro y protegido “por el camino del éxito”.

Uno de los modos seguros de obtener éxito en la cancha mediática del periodismo es la espectacularización de la información.

La adopción de este modo está en consonancia con otros caracteres de la cultura mediática contemporánea de la que

hablaremos más adelante: la supremacía de la imagen y el supuesto temperamento del receptor.

Supremacía de la imagen y suposición de un receptor abúlico al que hay que sacudir, interesar, entusiasmar, recuperarlo de la dormidera y las anestésias.

Igualmente, en esa cultura, la de productores y periodistas, existe la imaginación de audiencias demasiado acostumbradas a los modelos de “interés” y por lo tanto, se requiere ritualizar las formas de ese interés de manera de no defraudarlas desde la apariencia, desde la presentación de la información.

No importa el tema, debe ser espectacular. No importa el uso de la información, lo que no debe descuidarse es “la puesta”.

Cierto es que tales notas, tales artes, son reputados y valorados profesionalmente y con razón. La calidad de las formas periodísticas, sea el género que sea y el medio por el que se realice es cuestión a tener debidamente en cuenta por el hombre de prensa.

Pero lo que marcamos aquí como una deformación profesional es un estado hipertrófico de ese carácter indispensable, y que además ha sido instalado como precepto en la habitualidad de los medios. Se trata de la forma suprimiendo al contenido, de la espectacularidad reemplazando la trascendencia del acontecimiento.

¿Dónde está el daño, se me podrá inquirir?

Respondo: mala pregunta.

La pregunta buena sería ¿dónde están los daños?, puesto que yo percibo, al menos, dos.

Sigo respondiendo.

Primer daño: No es la matriz informativa la que motiva la narración, sino un modelo de presentación que usa algo que puede ser narrado. Es decir, no son los hechos los que gobiernan el relato, sino la forma del relato la que usa hechos de cualquier importancia para realizarse, para concretarse.

El primer secuestro express resulta un hecho que demanda una narración. Sin experiencia, la producción informativa arranca con dudas, pero pronto encuentra una manera de construir el relato, testimonios, infografías, merodeos por la zona del hecho, policía, fuentes judiciales, familiares, asedios y casas sitiadas.

En los casos siguientes, cuando ese tipo de secuestro ya tiene bautismo periodístico, la rutina se repite, pero ya no se trata de mejorar el acceso a la información sino de ajustar la espectacularidad del relato, de aumentar los climas en torno a lo que irá del secuestro al desenlace.

Como ese interregno entre el momento de producido el secuestro y el futuro en el que la situación se resolverá de una u otra forma carece de precisiones posibles, toda clase de especulaciones, rumores, trascendidos, informaciones vendidas por la policía o por las mismas fuentes de la justicia dan materiales para armar la escenificación y recrear el clima de tensión y expectativa, clima de inminencias sostenidas, espectáculo con toda la estructura estereotipada de los espectáculos.

Segundo daño: la ficción verdadera resulta muy desconsiderada.

El valor de la narración imaginativa es desconsiderado gradualmente por la aparición de un supuesto valor de realidad de hechos que sólo alcanzan importancia por la espectacularidad con la que son narrados y no por la importancia de su propia realidad. Esta tendencia, formada en los paladares de las audiencias, es la que ha dado plafond a los realitys show, género cuya virtud reside en que construye una lábil frontera entre la realidad y la ficción. Una frontera cuya movilidad y labilidad es tal que casi podría decirse que no existe, sino fuera por el acuerdo dado entre las audiencias y los productores en tomar como realidad los hechos que se suceden en el interior de esos programas. Ese acuerdo decide una frontera impuesta, podría decirse una división política, por la que los productores y las audiencias se comprometen a creer que lo que sucede fronteras adentro del género es realidad, lo que convierte en real, en primera instancia, una frontera que no lo es.

Por eso que, aunque desesperada y comprensible, la reacción laboral de los actores argentinos contra este tipo de programa, carece de otro fundamento que la propia necesidad.



Ya que la ficción que se ha constituido en su competencia no se concibe a sí misma como ficción.

El periodismo se ha entregado a la espectacularización especialmente en la televisión, pero no sólo en ella. Parte de las razones de esta entrega están maduradas en la personalidad del *homo médium*, un carácter que describiré con algún pormenor en forma secuencial a lo largo de este libro.

En este punto advierto que estos pasajes insolubles de continuidad entre la puesta y el hecho, lo real y lo ficcional, desajustan aún más la imagen que los periodistas tienen de sí mismos, tanto como profesionales individuales cuanto como corporación.

Parecería un simplismo decir que los periodistas muestran las mismas veleidades y vanidades que sus compañeros mediáticos vinculados con el arte y las producciones de ficción. Como decir que amenaza tragárselos el maquillaje.

Pero es que ciertas verdades por su propia contundencia pueden decirse simplemente.

-----

-Se están peleando por la polvera – ironizó en tanto reunía los papeles del *script*. Detrás de la fina pared de durlock se oían nuevos arrecios de histeria casi masculina.

La tarde había comenzado ríspida. Claudio hacía dirección de cámara y cámara uno, armaba el guión y revisaba del piso hasta los detalles de iluminación. La estructura de la agencia de esa producción no daba para el personal básico, de manera que había que arreglárselas con lo que se tenía.

Guillermo y Daniela eran los conductores de ese programa “para la mujer” que remedaba los formatos “magazín” de la televisión de Buenos Aires.

Cómo Guillermo no quería contaminar su imagen con la frivolidad de ciertos tratamientos aceptó compartir los créditos con Daniela. Como Daniela no quería hacer de “rubia tarada” (a

pesar de ser morocha) le disputaba palmo a palmo las notas “serias” y “periodísticas” a su compañero de set.

Así transcurrían siempre los primeros cuarenta minutos de aquellas tardes en el improvisado estudio de TV de esa casona barilochense, entre puestas en escena pletóricas de desplantes y arañazos y frases agraviantes de dudosa inteligencia. Y gritos. Siempre gritos.

Claudio miraba por el ventanal la hilera de notros que ya empezaban a mostrar sus rojos furiosos. La primavera – pensó – está haciendo estragos en estos chicos.

En medio del estudio, sentado con la pesadez de un Buda, estaba aguardando ser entrevistado el dueño de un reinaugurado bolicheailable para estudiantes. El negocio se había incendiado meses atrás y ahora, reconstruido y actualizado, buscaba todas las formas de difusión posibles para el relanzamiento. El entrevistado era chino por donde se lo mirara y escuchara. La entrevista era un “chivo” por donde se la interpretara o analizara.

Iniciado el programa, bajando los títulos por la pantalla, recién Daniela salió rutilante y altiva del improvisado camerino para instalarse en la silla giratoria contigua a la ocupada por el chino del chivo.

Con rituales de confidencialidad intercambió unas pocas palabras en tono de murmullo antes de comenzar la entrevista.

Arrancó bien, con soltura y logrando transmitir un interés genuino sobre un asunto que carecía absolutamente de él.

- Una buena noticia para los chicossss. Tanto para los nuestrsss como para los que nos visitannn.-

Daniela consideraba poco profesional dejar que las consonantes finales desaparecieran en las locuciones por lo que las estiraba impiadosamente.

-Nos visita Harry Hong, titular de Rabbit Discottheque, que en pocas horas reabrirá sus puertas superado ya el amargo trance sufrido el último invierno.-

Hong debió haber gozado del “amargo trance” pues no pudo evitar que se le escapara una inoportuna y muy oriental carcajadita a la simple mención del episodio.

Sucedía que el chino había arribado a la Argentina sólo un par de años atrás, con un bagaje de castellano muy precario si se lo comparaba, entre otras cosas, con sus otros bagajes del arribo.

Por eso cuando arrancó con sus frases despobladas y pobremente articuladas sobre sustantivos y verbos infinitivos descontroló a Daniela, generalmente acostumbrada a no entender pero en un castellano mucho más fluido.

Hong, no obstante, tenía sus precisiones y con la tonada del cocinero de Bonanza, bien que mal, demostraba saber a qué había venido.

- Erabit toro nuevo. Contentos. Vamo poner laser. Fiesta grande. Toro grati. Mejó que ante... nivel internacional..pistas mejó...laser....luce...

A Daniela, como quien descubre su cometido en la vida, se le iluminó el rostro. Se lanzó así, sin más, a realizar una traducción simultánea del cocoliche chino al castellano, pero con aditamentos que daban a entender que nosotros y los televidentes no sólo que no entendíamos sino que tampoco escuchábamos.

-Dice Harry Hong que la reinauguración de Rabbit va a ser inolvidable, con nuevas pistas, con un festival de laser al mejor nivel internacional y superando lo que fuera la gran infraestructura del Rabbit original....-

Los asistentes del piso se miraban entre ellos como no dando crédito a lo que sucedía. Daniela siguió casi feliz la tarea de la transferencia idiomática.

Una hora más tarde, cuando el set se encontraba umbrío y vacío. Claudio se sentó en la giratoria que había ocupado Hong.

Para él los animadores, los locutores, los periodistas y todos los tipos que estaban delante de la línea de cámara habían sido siempre la misma cosa. Esa línea dividía dos trabajos y dos mundos. El mundo real, el de los swichers que efectivamente activaban una luz o un micrófono, el mundo real, tangible en donde el trabajo y el resultado eran los extremos de una misma condición concreta. Y el otro mundo, el mundo de la ficción, de la representación, de la apariencia, poblado de

muñecos caprichosos, volubles, seres a los que se lo había tragado el maquillaje.

Hoy lo había comprobado una vez más. Pero otra cosa asomó por primera vez a su razonamiento. La verdadera televisión, la televisión para la gente, era la que transcurría un metro delante de su silla frente al mixer. Allí, en ese lugar en donde la luz se concentra, como se concentran las vanidades y la petulancia, allí estaba la televisión para la gente. La televisión sucedía en ese rectángulo en donde era todo posible por el sólo hecho de hacerlo posible, como que lo falso pareciera real, una publicidad un hecho periodístico, y la traducción de lo que se entiende a lo que no hace falta una tarea imprescindible.

No. No había dos mundos en la televisión. Sólo uno. Y en él Claudio se sabía inexistente.

-----

Caer de culo ha dejado de ser, por unas semanas, la metáfora de la sorpresa. Alejandra Pradón ha suspendido de un culazo la centenaria asociación, la misma que configuró el “plop” de las viejas historietas.

La caída del balcón concitó, en la carrera por la competencia, una sobreabundancia de especialistas dispuestos a aportar su “granito de arena” para el esclarecimiento del hecho.

Lo de Pradón fue asunto casi exclusivo de la Televisión y en menor medida la radio.

Así fue que los sets se atiborraron de extraños personajes convocados por la febril creatividad de los productores televisivos, esos mismos editores que Jorge Rial bautizara como posperiodistas.

Físicos, masoterapistas, anatomistas, quiropractas, proctólogos, acróbatas, constructores de balcones, botánicos y otros peritos sumaron explicaciones que variaron desde la resistencia de materiales, la fuerza gravitatoria en los subtrópicos y la capacidad amortiguatoria de las ramas de los paraísos, hasta la capacidad de absorción de impactos de la carne humana con soporte de siliconas. Como si fuese broma

pero sin serlo, sin siquiera un asomo de sorna, dada la gravedad del hecho.

Sólo las cuatro bombas de Madrid interrumpían con su realidad de acontecimiento el acopio testimonial en torno a la caída. Claro que el atentado era tratado por los mismos periodistas, por los mismos canales, con más superficialidad y con el mismo gesto adusto y reconcentrado. Lo de Pradón era todo alarde de minuciosidad, detalle y precisiones.

Una infografía animada del funcionamiento y composición anatómica de un esqueleto en la zona pelviana me llevó imaginariamente al informe Warren, aquel con el que la prensa norteamericana tras el asesinato de Kennedy se tuvo que conformar y que, contaba entre sus documentos, la famosa teoría de la “bala loca” de la que se sostenía el argumento de “un solo tirador”.

La ex mujer de Alberto Locatti, quien había sido arrojada por el cómico desde un balcón muchos años atrás también se incluyó en los “contenidos” jugando su experiencia de “observador participante”. No llegué a verlo, por saberme incapaz del riesgo de la pregunta presumible: ¿qué se siente al caer desde un balcón?, de manera que apagué el televisor.

Sabía que apagar el televisor, igual que no ver televisión, no significaba en absoluto desconectarse del sistema mediático. Lo sabía porque yo mismo lo había advertido años atrás a quienes “se curaban en salud” eliminando la televisión de sus vidas. Somos parte funcional y vivencial de la sociedad mediática. Sabía que, aún con mi televisor desconectado, lo que se le continuaba infligiendo al periodismo me afectaba, nos afectaba a todos. Sabía que el único ahorro que me hacía ese silencio era el de la electricidad.

Lo sabía.

-----

En el mismo sitio en donde hasta ayer nomás reinaba el gesto ascético del ácrata hombre de prensa, escondido de gris a la mirada de los otros, hoy habita el **homo medium** armado con máscara de panqueq y arte de simulaciones, un profesional de la

*miss en scene* , un consagrador de las distorsiones, el más verdadero de los mentirosos.

-----

- Estamos condicionados por el espectáculo. Reconozcamos que somos un poco prisioneros de eso.- reflexiona Mónica Gutiérrez en un programa en el que un grupo de periodistas ha sido llamado para la reflexión.

La mesa tiene una interesante composición. Mariano Grondona, Ari Paluch, Gómez Castañón, la mencionada Mónica y, en rol de conductora, Nancy Pazos.

El programa tiene un cometido: un intento de autojuicio y de autocritica que se percibe como creciente exigencia de “la gente” y que el periodismo, obligado a considerarlo en su agenda, no tiene más remedio que realizar.

Será que la corporación no está dispuesta a facilitar el acceso a los caminos de una revisión de la actividad profesional, será que algunos periodistas perciben esta circunstancia como una especial oportunidad para saldar cuentas personales o darse un envión contra sus competidores, lo cierto es que este intento de autojuicio y autocritica es solo un burdo remedo siempre.

Ni bien la escena del juicio se monta, un poco antes de que el jurado se instale en sus butacas y se hagan las primeras declaraciones testimoniales, un segundo antes de que el primer cuestionamiento a lo que realmente está sucediendo en el periodismo contemporáneo sobrevenga por la fuente que sea, los periodistas proceden a otorgarse la absolución. A este propósito se orientan entonces los evidentes esfuerzos de la conductora.

Pazos apura los pasos. Se sobre exige en la velocidad de resolución de la cuestión planteada. Esfuerza su mejor condición: la superficialidad.

Es una mujer con una inteligencia ordenada a un sólo cometido, por eso mismo la superficie de su superficialidad brilla y encandila. A veces. O para cumplir con el principio de la duda razonable, no siempre. No permite que nadie se interne en las dos cuestiones que parecen nunca tener oportunidad en esa

mesa. La una: ¿son ellos el periodismo tanto como para hablar en su nombre? La otra: ¿hay otra obligación en el periodismo que la del éxito, o es que ese objetivo indefectiblemente se traga la razón de ser original del periodismo?

Toda vez que alguien se asoma al precipicio de estas cuestiones, Pazos retrocede dos casilleros.

Corrijo algo, es más intuitiva que inteligente, puesto que está claro que no sabe por qué razón evade esas veredas. Pero lo hace. Las más de las veces improlijamente. Así el programa discurre y se disuelve cumpliéndose como lo que se propuso originalmente: una parodia de juicio, o de auto juicio. Cuando aún el jurado no se ha desayunado con que aquí jueces, jurados y acusados son la misma cosa, el programa se termina.

Se ha cumplido un ritual más, en donde la crítica acríca de los formadores de la agenda se constituye en parte de la agenda.

¡Claro que los periodistas podemos hablar de los periodistas y del periodismo! (preferentemente solo ellos, debería acotar, sino fuese que yo soy uno de ellos). Y ya está. ¡Que alivio! Casi como desalojar la excreta.

Y esto hay que hacerlo porque esos humores están produciendo raras efervescencias en la gente.

El mismo temor que la gente provoca, o para mejor decir que la imaginada indiferencia de la gente produce, es la que excusa la espectacularización como necesidad, los afeites, los rituales y toda la batería de elementos extraprofesionales que el periodismo ha convertido en condiciones básicas de su profesión.

Así tanto la cuestión del juicio, como del periodismo, como de lo que sea, termina bien si termina como un programa de televisión.

-----

Pienso.

Pienso un pensamiento agujeadado de pregunta. ¿La boconeada de Jorge Rial respecto de la existencia de una cosa

de la que igual conviene hablar y que se llamaría posperiodismo, es el epitafio inscripto en la piedra sepulcral del periodismo?

Tal vez Rial viva la misma premonición que yo.

Quizá, me parece, el goza tanto esa evidencia como yo la sufro.

Tal vez no. Pero ya abandoné esa balsámica receta que años atrás me abría y me cerraba puertas de conciliación con el resto del mundo y que consistía, llanamente, en pensar que lo previsiblemente estúpido era naturalmente estúpido. Es posible que el Rial que no conozco sea bastante menos estúpido que el que se da a conocer. Siempre pasa eso en la distancia que separa al espectador mediático de la sociedad mediática respecto de los actores de esa sociedad.

-----

Porque la forma es la que gobierna.

Y pretendo ser bien entendido. Digo la forma en el sentido de formalidad, como quien dice la apariencia en el sentido de fenómeno de “lo que aparece”, de lo que parece ser, de lo que da la apariencia de ser. Es la mimesis del mundo del espectáculo con el mundo del periodismo con escenario en el mundo de los medios. Claro que la farsa es solo concebida despectivamente cuando intenta trasladarse al mundo de la realidad.

Claro que sí.

Pero no es la espectacularización un requerimiento ineludible en virtud de las características propias del lenguaje televisivo. No es la “imprescindible necesidad de mostrar” que se le adjudica equivocadamente a la televisión la que hace imposible escapar a los modelos espectaculares con imperio hegemónico de la forma y de las apariencias. Esa es una imposición del sistema mediático y no una imposición de la naturaleza del lenguaje de la televisión. En realidad las posibilidades de ese lenguaje no han sido en sesenta años de vida del medio, en cuanto a la producción informativa, ni remotamente exploradas.



No es aceptable como sostienen algunos periodistas del ámbito gráfico, caso de Ignacio Ramonet, el argumento de que la televisión no sea por naturaleza un medio eficiente para informar. Se trata de un prejuicio de la interna corporativa y no una mirada atinada sobre la cuestión. La producción informativa en televisión, contra lo que se cree en estos tiempos en que todo se da por acabado, tiene aún un largo camino de desarrollos por recorrer. La recuperación del concepto de la actividad periodística como la construcción de un relato tendrá mucho que ver en esa recorrida. La formación periodística en las técnicas de nuevos relatos es, como aquí postulamos, la herramienta indispensable para la recuperación de las capacidades profesionales que cuentan en el perfil periodístico que evitará la desaparición de la actividad.

De manera que, repetimos y subrayamos, los requerimientos de espectacularización son en realidad políticas mediáticas y no exigencias naturales del lenguaje.

Estas políticas mediáticas están relacionadas con la vinculación de los medios con sus audiencias y con una de las dos grandes confusiones que el periodismo contemporáneo sufre: la creencia de que esas audiencias y la opinión pública son la misma cosa. Como dije, de eso hablaremos más adelante.

Hay una cultura productiva que tiene en la espectacularización una herramienta cómoda y segura para cumplir con el cometido de atraer, vender y conformar a esas audiencias. Esa cultura productiva tiene, además, en la espectacularización su manera de “comprender” a las audiencias. Es decir una manera de abarcarlas, concebirlas y de relacionarse con ellas.

Comunicación, éxito y existencia son sinónimos para esa cultura productiva de los medios. Y nada que ponga a riesgo esta sinonimia será tolerado en el sistema mediático habitado por esa cultura.

-----

- El que informa debe mirar a los ojos del televidente. Para eso está el teleprompter – dijo preso de un frenético arrebató que lo obligaba a hablar y beber café casi haciendo gorgoritos.

Siempre parecía apurado, todos esos personajes se visten de apuro, se disfrazan de apuro, se protegen de apuro. El apuro supone que algo importante les espera en otro lado y que aquí, donde está uno, hay menos importancia que en ese otro lado y que, además, el nexo entre el lado importante y el lado que no lo es, es él, atestiguado por su apuro, con el apuro por testigo.

Ana lo había citado porque había entrado en dudas. Dudas sobre su capacidad, sobre su función en el canal, sobre su destino profesional y sobre su deseo.

Si hubiese contado con una inteligencia de un mejor porte y una sensibilidad más fina, ella habría descubierto por su cuenta que estaba atravesando por una duda existencial. Pero lo que le pasaba tanto como lo que debía entender superaban largamente los límites de su capacidad de comprender. Por cierto que no se trataba de una estúpida, ni de una timorata, era simplemente una medida estándar de lo que hacía falta para cumplir la función que de ella se esperaba.

No sólo una cara bonita. También una bonita sonrisa, una bonita y conveniente simpatía, una bonita forma de presentar los temas y disimular su ignorancia sobre ellos. Lo que se llama: una bonita. Con la seriedad previsible de los oficiales de a bordo y la simpatía previsible de las azafatas. Con la aparente eficiencia y repentización de las telefonistas y la dibujada atención personalizada de los vendedores de teléfonos.

Eso era ella. Y por eso su inseguridad.

- Pero es que resulta más fácil dar noticias sobre temas que entiendo – dijo mientras buscaba en la mirada del otro una respuesta que sabía, nunca llegaría – y para entender necesito más tiempo.

- No necesitas...querés, que es distinto. Con que te des cuenta de que la noticia es seria, o de color, y que sigas la rutina de dirección, de manera que vayas bien a las notas y no te rías cuando hay que estar solemne es suficiente. El que se informa es el que te ve, y vos le das con la cara el tono de aquello con lo que se va a informar. Después si vos sabés o no sabés si el dólar empujará a la inflación o no, no tiene ninguna importancia.

- Pero si sé esas cosas me voy a sentir más segura – afianzó con el primer dejo fatuo en esa charla que ya la tenía como irremediabilmente perdedora.
- ¿Segura de qué? – silabeó y labió él, sobre el borde del pocillo.
- ¿?
- ¿Segura de qué...nena? – clavó con la taza contra el plato.
- De...que la gente sabe lo que digo...para que me crea...porque si me cree a mí cree lo que digo...¿me entendés?  
El no la entiende. Le atenaza una rodilla con la palma de la mano izquierda debajo de la mesa, Sin deseo. Sin alarde de poder. Casi con lástima por todo. Hasta por él mismo.
- Ni vos ni la gente tienen que entender nada Ana...sólo se trata de aceptar. Lo importante de este negocio es que nada es importante para siempre y todo lo es por el instante, el puto segundo en que está al aire.  
El cuarto de minuto siguiente sonó a eternidad. Ella se acomodó la carga de rimel sobre el borde del párpado derecho. Un tic más que un afeitado.
- Es bueno hablar con vos...ahora entiendo.-

-----

La prueba más contundente de que la espectacularización de la información no es un requerimiento que surja de la naturaleza del mensaje televisivo, es otra operación a la que se somete a la información realizada por la misma cultura productiva de los medios. Esa operación es llamada aquí banalización de la información.

Como por efecto de un baño moderador y modelador de la realidad la información tiende a tratarse banalmente. Cualquier asunto es objeto de un tratamiento desaprensivo, tanto para elevarlo de su insignificancia como por el contrario para quitarle los efectos de su pesada realidad.

Los dispositivos productivos trabajan una suerte de estandarización sobre los hechos que alimentan la maquinaria informativa. Por cierto que esto no es patrimonio de ningún medio en especial, sino una decisión productiva que se aloja en la totalidad del sistema mediático con mayor o menor evidencia y que, al igual que la espectacularización, tiene su fundamento en una necesidad que se refiere indefectiblemente al humor y al temperamento de las audiencias.

El inconfeso precepto reza algo así como: “nada es tan importante que merezca ser tratado de otra manera que no sea la manera de los medios y nada es tan poco importante que no adquiera relevancia cuando es tratado por los medios de comunicación”.

-----

Menem iba por la reelección.

Quería que la novia se entregara por derecho tanto como por deseo. Así fue que abrió la calle de su derrotero histórico pavimentándola con una nueva constitución, obra civil que además de lo obvio tradujo las necesidades de los grupos que tanto lo soliviantaban como lo empujaban hacia el futuro.

El gesto llevó a las puertas del delirio cualquier vindicación posible de la Constitución del 49, la última base jurídica legítima incontestable que había sido derogada y reemplazada con amputaciones por un mamarracho.

Durante 28 años esa macilenta Carta Magna, la de 1956, sirvió tanto para toda variedad de atropellos al derecho político como para la perpetración de la mayor enajenación económica de la historia, sólo superada por la que vendría después de su reforma. Apenas algunos de los derechos del trabajador se habían salvado de la demolición constitucional comprimidos en ese 14 bis tan obsequiado por los juristas.

Había en 1994 entonces, un propicio momento para mirar hacia atrás como quien busca el porvenir.

Pero no. Había en los medios otras necesidades.

Ernesto fue destacado en la convención constituyente por el diario. Era joven. En realidad hoy uno lo ve y siente que siempre fue joven, que lo seguirá siendo indefinidamente. Versión desangelada de Hughes Grant la televisión le otorga patente de transgresor acomodados a las formas requeridas por las nuevas expectativas y por el nuevo público. Un público que aplaude de corazón la música de la insolencia sin entender casi nada de la letra.

Esa tarde de invierno santafesino, en un bar a doscientos metros del paraninfo de la Universidad del Litoral, las

cavilaciones de Ernesto navegaban otras honduras distintas de las que podría provocar la historia que se estaba cerrando bajo los pies de los argentinos.

Vio a Alberto garrapateando notas sobre un informe de prensa surgido de las oficinas dispuestas en torno al gran circo convencional. Se acercó con aires livianos altamente contrastantes con la sombría y contracturada actitud del otro.

Porque Alberto estaba viejo, arrasado, trasegado por los tiempos de resistir, y se refugiaba automáticamente en lo que estos tipos llamaban rigurosidad. Ratas de hemeroteca, viviseccionadores de documentos, rastreadores de incomprensibles insignificancias invendibles cuya trascendencia estaba más en manos de los historiadores que de los jefes de redacción y los dueños de los medios. Ernesto sabía que Alberto era de esos. Un *loser* a todas luces y sombras.

Alberto Sombras hurgaba papeles en su maletín raído mientras se retorció frente a la barra de ese revivido café santafecino. Ernesto lo saludó con la displicencia que, parece ser, es la apariencia imprescindible del periodista, una pizca de detective de novela negra y un dejillo de asomada bohemia. Algo que en suma tiende a decir: detrás de este pibe de aspecto difuso, se esconde mucho más de lo que puede advertirse a primera vista.

Alberto Luces chispeó - ¿Y nene....llegaste a leer lo de la Constitución de 1826? –

Asomaron las paletas separadas más sobre el labio inferior que de costumbre, casi como enjugando saliva en fuga.

-No – dijo terminando de descubrirse hasta la encías - se me ocurrió una nota sobre las barrigas de los constituyentes. Formas de abdomen que pueden insinuar abundancia o descuido, algo de más color. ¿Viste que la panza y lo burgués y el mal gusto funcionan en paralelo? Bueno...me iluminó. Tiré la idea y en la redacción les pareció excelente.-

Alberto Luces y Sombras tardó en reaccionar.

Tardó como quince años.

Tanto tardó, que ya era tarde.

-----

Semiólogos reputados acuden a la cita. Psicólogos o sociólogos, y los pensadores mediáticos, esa especie que funciona como una representación de lo que realmente existe pero que jamás llegará a la televisión. Esos pocos están allí, componiendo un arca con especímenes de toda laya, al solo efecto de consagrar la aparición de un nuevo género. Un género que, como ya dijimos, no es de ficción aceptada como ficción, sino de ficción acordada como realidad.

¡Cuidado! – advierte Jorge Rial – De estos nuevos programas pueden salir los nuevos líderes, los nuevos modelos sociales. No se lo tomen tan a la ligera – remata la advertencia.

La idea atemoriza. Más no por su certeza, ya que no la tiene, sino por su mismo error, por su desajuste evidente.

Esos “modelos sociales” son el resultado estadístico de las audiencias, no su causa. Esos líderes no infundirán patrones de conducta en el conjunto social, puesto que son la consecuencia fatal de ese conjunto. Es un sistema cerrado, centrípeto, que termina agotándose a sí mismo.

Más lo único realmente cierto es que la “misa mediática” de los *reality* son liturgias de consagración.

Un orden de existencia se legitima, el de la realidad/*reality*, en donde lo real juega a que cobra una nueva realidad, la que le da el espacio de los medios. Allí las audiencias eligen de dónde no hay para elegir, puesto que los modelos posibles ya han sido elegidos de antemano. Allí juega el show a sola condición de que lo aceptemos como regla de juego.

Bandana o “el candidato de la gente”. El éxito de la industria se convierte en la industria del éxito. El producto viene con el éxito incluido. O mejor, es lo exitoso el producto en cuestión.

Y si esto es así ¿qué impide que cualquier otro orden simbólico ingrese al juego? ¿si una realidad encerrada en el formato de un producto mediático es obligada a comportarse como realidad y a aceptarse casi como superrealidad, que imposibilita que toda realidad sea sometida por la performance

de los medios a convertirse en el único acceso humano a la realidad?

Dicho de otro modo, si la conciencia de lo que pasa es la conciencia construida por los medios ¿es posible que estemos en una instancia de derogación y muerte del acontecimiento? ¿Es probable que la hoja que cae en el bosque que no vemos ni oímos, por ese solo hecho, no haya efectivamente caído?

-----

El Pato y yo siempre armamos los argumentos. Marciano quiere ser el solitario que nunca se casa, y Abraham hace de lo que sea con tal de que haya bastantes tiros y trompadas.

El Pato es bueno en plantear la situación de inicio: que otro planeta, que el lejano oeste, que una ciudad abandonada vaya a saberse por que. Marciano aporta escenografía. Generalmente buenos vehículos con sillas volcadas y secadores de piso haciendo de volantes y balancines de una nave que suena a onomatopeya.

Cuando el juego se larga cada quien sabe lo que tiene que hacer, y lo respeta sin sombra de duda o cuestionamiento, puesto que lo que sucede en el juego es lo único que sucede.

Un “tiene” muy parecido a un “quiere”, porque cuenta con la aceptación de los otros y por lo tanto pesa en el interior del juego con el peso de la verdad. Jugamos seriamente, como luego me enteraré que Nietzsche sabía, jugaban siempre los niños.

Y cuando el viejo de Marciano lo llamaba para adentro, de una manera tajante volvíamos a esa otra realidad, la que se nos imponía por encima del acuerdo que había construido la realidad del juego.

Nos costaba volver. La fortaleza de la ficción se fundaba en la convicción con que éramos capaces de armarla, de aceptarla y de ejecutarla vivencialmente. Había un acuerdo entre nosotros, una consagración, aunque ninguno de nosotros fuera entonces capaz de comprender en que se fundaba el poderío del juego que jugábamos. Cuando se tienen nueve años esos acuerdos son indestructibles.

Nunca imaginé que el “¿dale que éramos piratas...? iba a superar la barrera de la infancia para transformarse en un género mediático de un siglo en el que ya casi nadie quiere jugar.

-----

Hubo la idea de que un monstruo insatisfecho, abúlico e indiferente, era el juez del trabajo periodístico. El “gancho”, esa traducción de una palabra francesa que designa el punto de atracción de una información terminó mutando, de un arte de aplicación en el relato, a la totalidad del esfuerzo informativo.

Satisfacer, movilizar y despertar el interés del monstruo consumía todo ese esfuerzo.

La imagen del monstruo cambió por una menos ingrata. Hoy se imagina alguien indispuesto a pensar por el agobio de la vida contemporánea. A ese tipo que se arroja a su sofá al final del día, hay que brindarle una información que le ingrese casi osmóticamente. Y no hay que preocuparlo demasiado, pues seguro que la preocupación le movilizará el pulgar del zaping, que cae con la misma fuerza asesina que el pulgar del César en los circos romanos.

Por eso banalizar es una acción imprescindible.

La función de banalizar no se reduce a tratar banalmente temas de un cierto interés, sino a poner temas de complejidad, como ciertos temas científicos, en versiones módicas y descafeinadas, al “alcance de todos”.

A veces la banalización se hace por obligación. No puedo olvidar que, muchos periodistas, sienten una compulsión a tratar todos los temas de la agenda, y esto los enfrenta infinidad de veces en situaciones de opinión forzada, o de descripción obligatoria, generándose esas superficialidades o directamente disparates que suelen verse, oírse y leerse en los medios de comunicación.

Otras veces, las más de las veces, la banalización se presenta como una tendencia de homogeneización realizada sobre la totalidad de los temas tratados por los medios. El sistema mediático necesita que todos sus productos tengan un



mismo tenor, una misma naturaleza, la naturaleza de los productos mediáticos. No importa si los temas sean deportivos, científicos, artísticos. No interesa que los hechos provengan de sistemas ajenos al sistema mediático, al ingresar a él deberán ser “cepillados”, “cortados”, “facetados”, “amolados”, “lavados” y “planchados” de manera de cobrar una entidad nueva, entidad que le permitirá estar a tono con la propuesta del sistema mediático.

La banalización es, en este segundo sentido, la última etapa de la espectacularización.

Por esta operación, si hablamos de información, todo lo que ocurra o no ocurra es pasible de ser noticia, y todo hecho, suceso o acontecimiento, es objeto potencial de desaparición.

Como en la tramoya, la mano más rápida que la vista.

-----

Norma Morandini se debate en las confusiones sembradas con la minuciosidad de un trampero por los integrantes de la mesa que compone con otros. Esta vez son Chiche Gelblung, Orlando Barone y Miguel Wiñasky y, como siempre la moderación, de Nancy Pazos.

Es un juicio al periodismo como el otro, como todos. Es decir una simulación. Claro que por algunos de los componentes de la mesa uno imaginaba un simulacro, es decir una simulación dispuesta para la oportunidad en que se haga un juicio serio.

Pero no. Mientras Barone se extravía en requerimientos éticos que no remiten a ningún tribunal y a ninguna sanción y Wiñasky se extravía simplemente, solo Gelblung cumple con lo que esperamos de él.

Morandini quisiera que las cosas fueran de otra manera. Intenta vanamente intercalar otra gama de ideas en dónde solo reinan apuestas sobre la base de un juego de naipes archí conocido. Cualquiera de sus intervenciones es degollada en el enunciado por uno o por otro, pero el más predecible, el que según el patrón de mi prejuicio debería confrontar con Morandini, que es Gelblung, rara vez la interrumpe, son los otros (tu también Bruto) quienes se arrojan una y otra vez a la factura de ese sacrificio.

Wiñasky ha decidido desbaratar su imagen académica aún cuando solo sea para esa oportunidad. Desliza una y otra vez la idea del periodismo real, del periodismo en acción frente a una cosa que nadie se anima a llamar, la utopía del periodismo. Se para en un pragmatismo y un profesionalismo acorde con la línea mediática del pensamiento único. Se lo advierte feliz de jugar “en primera”.

Cuando Morandini realiza otro conato de insubordinación al discurso único de esa mesa sacando a jugar aquel prejuicio que pesó durante años sobre la formación periodística universitaria, casi juzgado como un pecado antes que como una virtud, Wiñasky desempolvó sus fueros docentes en ese nivel, descolocando más a la discusión que a su ocasional interlocutora. Y allí entra Gelblung, en esa fisura de un bloque que parecía lógicamente unido.

La televisión ingresa a la agenda temas que no ingresan por la puerta de los grandes diarios. Eso dice Gelblung, quien traza ejemplos en el aire sin temor al absurdo, puesto que no espera reflexión alguna de sus dichos en la audiencia y, parece que tampoco, en esa mesa. Y Wiñasky ratifica. Claro dice, yo no tenía idea de la existencia de ese chico...¿Walter Olmos se llama?...y coquetea una ignorancia elegante dada la naturaleza del dato, para rematar: ...y me enteré por la televisión.

Chiche retoma la insólita posta y continúa con sus ejemplos de alta improbabilidad y que no obstante nadie cuestiona: es imposible que Joaquín Morales del Solá, o Ernestina de Noble o Magnetto se hagan cargo de la historia de esa mujer a la que le mataron al chico en la villa.

La audacia parece que terminará con la coherencia que el discurso errático de la reunión coronaba una vez más esa noche. Pero no pasará absolutamente nada.

Morandini alcanzó a pronunciar cuatro palabras más en las que pudo haber estado el punto axial de un debate que discurría intrascendente. Pero rauda, una vez más, la conductora olió el vértigo y juntó todos los naipes de la mesa para dar de nuevo.

- A mi me interesa que hablemos de la relación del periodismo con la política y los políticos – reubicó Pazos- si les parece en el próximo bloque.

No es de esperar que algo ocurra en estos programas, y menos que tal ocurrencia propicie un fenómeno de opinión pública. Pero son sintomáticos de la operación mediática, o para mejor decir una necesidad adicional a la acción de los medios de lanzar sus sondas al seno de la sociedad mediática.

Sí los actores de la construcción mediática permiten que otros realicen el juicio a su accionar, toda la construcción corre peligro de derrumbes.

Pero no soy amigo de resolver todos los complejos por la vía de la teoría conspirativa. Creo que el periodismo en general se mira pero no se ve. Acostumbrado a ser ojo no hace caso a ningún espejo y se le ha atrofiado el sentido de la autocrítica que, en la profesión, es el imprescindible modo de la autorregulación, y fuera de ella, condición excluyente para que un sistema no pierda el equilibrio funcional.

En ese sentido, me parece más apropiado (aún a riesgo de reducir el análisis vía psicologismo) fundar esta ceguera en el miedo.

En efecto, creo que el miedo a caerse de la corporación, el miedo al castigo que el sistema mediático ( el gran fantasma del periodista) le puede infringir a quien lo desafíe, el miedo a desaparecer, el miedo a perder la competencia, el miedo a no ser tenido en cuenta, el miedo al olvido de las audiencias, el miedo a la intrascendencia, el miedo al fracaso (es decir a la pérdida del "éxito") son los motivos básicos por los cuales, el periodismo en general no puede verse ni puede ver tampoco esta situación de desesperante agonía en que se encuentra la profesión.

Pero si hablamos del periodismo en particular hallaremos muchos otros motivos que, no debemos generalizar ni siquiera ponerlo en números mayoritarios, explican el porque hay periodistas que prefieren no ver. Desde la simple ambición personal hasta la asociación con el poder en cualquiera de sus manifestaciones, podemos enumerar una docena de esos motivos. Pero hay periodistas que, por el contrario, imaginan que cualquier crítica, cualquier puesta en juicio de la actividad es, mas temprano que tarde, un instrumento del poder para cercenar la libertad de información.

Horacio Verbitzky, por ejemplo, asegura que parte del poder político sueña con una sociedad sin periodistas. Algo que es tan cierto como que es probable que esto concluya en una

sociedad en la que haya periodistas sin periodismo, que es como decir que haya una sociedad sin periodistas tal como han sido concebidos originalmente y que, como aseguramos aquí, lo que llamen periodista sea el resultado final de una desgraciada mutación.

Creo que Verbitsky sabe de este otro peligro de desaparición del periodismo, como tantos otros periodistas. Y si nadie debería contradecir la primera sospecha, tampoco debería silenciar la segunda. Sería bueno que si Verbitsky sabe que el periodismo pelagra también por sí mismo, nos lo haga saber.

-----

Rolando Graña viene agravando sus defectos. Quiero decir defectos en el sentido de faltas, de carencias. De presentador de noticias se va convirtiendo a buena velocidad en un opinador gestual. En la radio se ve obligado a reemplazar sus golpes de rostro con fraseo pedestre y obviedades. Por cierto que el efecto no es el mismo. En radio no lo logra. Algo parecido le sucede a Carnota, salvando las distancias, o al menos intentándolo.

Tognetti contrapesaba tanta morisqueta, tanto meneo de flequillo y tanta mirada cómplice a la cámara. Quiero decir con esto que quizá Graña no haya empeorado, sino que ahora, sin Tognetti, lo peor se le nota más.

Pero cuáles son las adolescencias a las que me refiero? Y para que sirve la elección del ejemplo?

Estamos con que la forma siempre se encuentra más que subordinando al contenido, directamente convirtiéndose en él.

La forma es, ha sido en tiempos normales, continente y vehículo del contenido, la estructura de su posibilidad, el esqueleto de su materialización. También la forma y el contenido se han tocado convenientemente en el arte de la comunicación, de manera que puede hablarse de la forma del contenido y del contenido de la forma, como dos niveles expresivos posibles, linderos a la poética.

Distinto es lo contemporáneo, lo que vemos hoy, la forma como obstáculo del contenido, como su cárcel, como su reemplazo directo.

¿Por qué el empeño en exponer diariamente, ritualmente, lo que “todo el mundo sabe”? ¿Por qué resignar la posibilidad de la innovación y del suceso y reemplazarlos por actos de ratificación y consolidación de lo “público y notorio”, de lo remanido?

Es el requerimiento de la competencia. El periodismo hegemónico, dijimos ya, se debe a las audiencias y a lo que presupone de ellas. Sostener el contacto, la complicidad, el acuerdo con esas audiencias es toda la tarea del periodismo hegemónico, Tanto es toda la tarea que ya no queda lugar para la tarea periodística.

Pero además, esa tarea debe hacerse rápida y económicamente. De manera que el camino escogido es el de la apariencia, el de la inmediatez de la imagen, el de la incorporación osmótica. La verdad sea dicha y jamás demostrada. La verdad sea presupuesta y jamás considerada. La verdad sea consagrada, jamás puesta a juicio.

Esa vía regia es la vía de la imagen, pero no porque ella comunique directamente con el seno de las emociones, tal como sostienen algunos, como si emoción, raciocinio y voluntad pudieran darse en los hechos sin mutuas y cruzadas contaminaciones. Lo que la imagen hace es suspender la duda, congelar la práctica de la mayéutica, y arrojarnos a la nitidez de las apariencias.

-----

Sobre cuatro jinetes se monta la reducción del mundo simbólico al imperio de la imagen.

El error de la máxima evidencia.

La simplificación hasta la frontera del absurdo.

La tesis de que el acontecimiento siempre tiene una parte visible.

La telemorfosis de todo el sistema mediático.

-----

Luis Pedro Toni acaba de pontificar.

La silla de par que ocupa en el set pareciera ascender por encima de las contiguas, ocupadas por otros periodistas de espectáculos quienes jamás hacen o harán un comentario sobre espectáculos.

El disparador es un tema policial en dónde pesan en la balanza de la justicia las declaraciones y testimonios realizados frente a cámara. No importa qué tema.

Toni acaba de sentenciar:

- Lo que pasa es que ahora, gracias a la televisión, ya no se puede engañar como se hacía antes. –

La aseveración lo proyecta al primer plano de la cámara, un director atento que sabe que la televisión debe prestarse atención cuando se nombra a sí misma.

Toni se explaya, digamos – En la radio se habla y se puede mentir, se puede encubrir la verdad. En cambio en la televisión hay que dar la cara...ya no se puede mentir porque la gente te está viendo y se da cuenta.-

El postulado no tiene refutación. Por el contrario los presentes convalidan con gestos silenciosos y con silencios mímicos.

¡Extraordinaire!

Podría suponerse así que las intrigas palaciegas planeadas y desarrolladas por la Borgia se efectuaron telefónicamente, y que la mentira, el engaño y el encubrimiento tuvieron apariciones y desapariciones a lo largo de la historia según la aparición y la desaparición de las imágenes y de las palabras.

Esta es una prueba más del error de la máxima evidencia que sostiene insólitamente la producción televisiva hegemónica: Basta ver para comprender.

Es no sólo la renuncia, sino la negación de la ruta lógica del pensamiento. A la par de manifestar que la verdad se “presenta” a la vista, y que la vista es por sí capaz de aprehenderla en su totalidad, se extrema el concepto negándole a las palabras, al discurso lingüístico y a las proposiciones de la lógica su capacidad de llegar a ella, a la verdad.

La explicación es la mentira, la verdad es la evidencia.

No sólo ver para creer, sino que ver para saber.

La televisión usa y abusa de esta falacia. Cuando un sospechado tiene cara de culpable los planos de esa cara que se entrega se prodigarán en la pantalla mientras el relato transcurre sin mayores datos. Primeros planos, plano detalle de los ojos, cámara ralenteada para imponer dramatismo, congelado en la mejor fotografía del rostro condenatorio.

Una fisonomía como la del juez de Rufino o el histrionismo visual del Conzi hermano es pasto para los tiburones mediáticos.

Pero si en cambio un rostro trasunta inocencia aún contra la probada culpabilidad resulta inoperable su exhibición. De manera que los medios no abundan en suministrar esa “información”.

El poder de la imagen, y de su capacidad para sintetizar prejuicios, para consolidar redes simbólicas socialmente construidas, es archiconocido. Recordará el lector aquel test realizado en una escuela primaria del Gran Buenos Aires en la que se sometió a los chicos a la tarea de construir una historia con un héroe y un villano, colocando sobre el pizarrón la imagen fotográfica de un hombre de raza blanca y uno de raza negra. La trama de la historia no determinaba quien de los dos era el héroe y quien el villano. Sin embargo la mayoría de los chicos eligieron al negro para el peor papel y colocaron al blanco en calidad de “muchachito”. La prueba de las imágenes consolidadas hubiese sido menos conmocionante de no darse el fatídico hecho de que los retratos exhibidos ante los niños pertenecían a Martin Luther King y a Alfredo Astiz.

-----

-Hay algo en ese tipo que no me gusta –

La frase es muy reputada en estos tiempos. Las personas tienden a confiar mucho en sus “intuiciones”. La vida contemporánea impone al individuo infinidad de relaciones superficiales, circunstanciales y determinadas funcionalmente. De esa escasez en la naturaleza de las relaciones nace la

necesidad de tomar rápida nota del otro. Esta nota se hace mediante estereotipos, prejuicios, pautas estándar.

La superficialidad de las relaciones es directamente proporcional a su conmutabilidad, de manera que no importa el número de fracasos que las “intuiciones” carguen en su haber, el individuo continuará configurando la imagen del otro desde esa disponibilidad.

Tenemos entonces una sobrevaloración de la intuición.

La intuición se advierte además como una capacidad, como un “poder”, como una condición distintiva de la personalidad.

– Y cuándo yo digo que alguien no me gusta...mmmh...-

Las imágenes apelan a las impresiones inmediatas, y las impresiones inmediatas lindan con el campo de las emociones. Imagen y emoción se corresponden y se provocan mutuamente. La imagen estimula la emoción, la emoción completa a la imagen con un contenido que la imagen es incapaz de brindar por sí misma.

La fotografía del niño villero, descalzo, sobre un camino de tierra y mirando la cámara es un sujeto de diversos contenidos. O de interpretación abierta, para ser más preciso.

Normalmente imágenes como ésta se completan con frases de manera de “cerrar” la comprensión del contenido de la imagen derogando su ambigüedad.

Esa fotografía bien puede anclar una campaña contra la guerra, contra el hambre, a favor del aborto o de la planificación familiar. O todo lo contrario.

La cadena de TV europea Euronews generó un original recurso expositivo de imágenes durante la segunda guerra del Golfo. *No Comments* se tituló.

Esas imágenes generaban dos grupos de efectos. El primer grupo era producido entre quienes habían visto la secuencia informativa realizada con ediciones de esas imágenes y las narraciones anejas. El segundo grupo entre quienes no habían recibido esa información previamente.

Para los primeros, las vistas reforzaban el mensaje construido. Para los otros, el nivel de ambigüedad ensanchaba



de tal manera el campo de la sugerencia que podía tornarse incomprensible para alguno, como sujeto a multiplicidad de “seguras interpretaciones” para otros.

He aquí la gran confusión, se pretende que el carácter patente de la imagen es máxima elocuencia, cuando en realidad es el contexto interpretativo, el que no está en la imagen y que puede o no puede agregársele, el que determina el portentoso efecto.

El “Daisy Spot” que ha sido referido un millar de veces como ejemplo del poderío comunicacional de las imágenes jamás ha sido interpretado con relación a su contexto.

Ese corto fue utilizado en los EE UU durante la campaña presidencial de 1964 que consolidó en la Casa Blanca a Lyndon Johnson. El competidor de Johnson, el republicano Barry Goldwater se había manifestado claramente a favor de la utilización de armas nucleares tácticas para acelerar el desenlace de la guerra de Vietnam. Los publicitarios de la carpa demócrata, con Tony Swartz a la cabeza, diseñaron lo que se conocería después con el nombre de Daisy Spot. Una niña deshoja una margarita en cuenta progresiva mientras a cada uno de los nueve pétalos de la secuencia la cámara hacía también progresivos acercamiento.

El Noveno pétalo coincide con un plano detalle de uno de los ojos de la niña. La cuenta termina y comienza una simétrica cuenta regresiva desde nueve por la poderosa voz de un locutor. El cero de la secuencia coincide con una explosión nuclear cuyo hongo se materializa en la pupila de la jovencita.

El spot fue pasado por única vez, puesto que los republicanos presionaron ante el exceso y la desproporción que implicaba.

Lo curioso es que haya quienes sostengan que los sesenta millones de espectadores que vieron el spot por vez única no pudieran ya más separar la imagen de la explosión nuclear de la figura política de Goldwater.

Nada más alejado de la verdad. La imagen negativa del armamentismo nuclear es un contexto muy estable, y por supuesto una construcción sustentada en miles de exposiciones, comentarios, ensayos, novelas y todo un arsenal de productos culturales. El Daisy Spot no dice más ni agrega nada que ya no pertenezca al orden de las emociones negativas de la mayoría

de las personas al armamento nuclear. Lo nuclear mismo, en usos imprescindibles, carga con ese estigma muy a pesar de su ya probada utilidad en términos seriamente conservacionistas.

Lo que hizo la imagen del Spot es disparar el contexto. Un cebitazo en una gran caja de resonancia que es ese contexto que resonó con el estruendo de una bomba atómica.

Por supuesto que una imagen no vale más que mil palabras. De hecho vale menos. Invirtamos el orden. Pidamos a algún publicista, o cineasta, que resuelva este encadenado de figuras:

“Umbrío por la pena  
Casi bruno  
Porque la pena tizna  
Cuando estalla.”

Muestre alguien una imagen que diga más que esta docena de palabras.

Según el periodista y comunicólogo peruano Mario Castillo Hilario, en una conferencia dada por el escritor y periodista Tomás Eloy Martínez éste se preguntó:

“ ¿Con qué palabras narrar, por ejemplo, la desesperación de una madre que ha sido vista llorando en vivo delante de las cámaras? ¿Cómo seducir, usando un arma tan insuficiente como el lenguaje a personas que han experimentado con la vista y con el oído todas las complejidades de un hecho real? “ Para responderse diciendo: “ Ese duelo, entre la inteligencia y los sentidos ha sido resuelto hace varios siglos por las novelas”

Suelen decirse frases como éstas.

Extraña que no se advierta que la confrontación no es entre la inteligencia y los sentidos, ni entre la inteligencia y las emociones, puesto que siempre hay concurrencia de sentidos inteligencia y emociones, y que el edificio que se levanta se yergue en un terreno contextual y con determinadas “leyes de gravedad”.

Extraña más aún que no se advierta que el significado tiende a realizarse por los medios que fueren y que si Martínez habla de lenguaje refiriéndose a la palabra, como parece ser, ignore que la palabra es esencialmente imagen y representación. Tan imagen como la imagen de la lágrima surcando la mejilla de la madre desesperada, que no es una lágrima sobre una mejilla sino la imagen de la lágrima sobre una imagen de mejilla, en un

plano determinado, con un enfoque y un encuadre también determinados.

Viviana Gorbato desea que Tomás Eloy Martínez diga algo que jamás pensó: “Sólo la literatura va a salvar al periodismo frente a la competencia de la televisión”. Gorbato asegura haber rescatado esa hipótesis jamás pronunciada por Martínez de “uno de sus más bellos trabajos sobre el tema”. Es respetable el deseo que no se cumple y curiosa la deducción de una tal hipótesis de alguien que ya ha declarado la derrota de la literatura “a manos de la imagen”.

Tampoco “está bueno”, como se dice en la actualidad, aceptar que el periodismo y la televisión estén celebrando una guerra, aún si esto fuera en algún sitio fabuloso invisible por cierto a los ojos de la historia. Es dable pensar en cambio que tal “confrontación” u “oposición” resulta un decir de ocasión, solo una coquetería intelectual de uso módico por parte de los miembros más ilustrados del periodismo hegemónico. La única guerra que está librando el periodismo es contra sí mismo o, para mejor decir, contra una parte de si mismo. Y la está perdiendo.

Debray dice que las noticias que no necesitan explicarse tienen una considerable ventaja sobre las que necesitan explicación, y que las imágenes permiten que las fuertes impresiones predominen desde el punto de vista psicológico.

Tampoco parece advertirse aquí que lo que las imágenes visuales tienen, es una gran carga de ambigüedad y que esa indeterminación, esa misma imprecisión, es la que valoriza la acción del contexto de interpretación y por lo tanto casi determina el “contenido” de lo comunicado. Esto es, se invierte la aseveración de Debray. Como en el juego de la seducción, lo que no se ve jerarquiza y reinterpreta a lo que se ve, y lo que se ve jerarquiza y reinterpreta a lo que se ve.

Todas las noticias, por otra parte, son pasibles de explicaciones. En cambio no toda noticia tiene su parte visible.

Resumiendo: La supremacía de la imagen en la construcción simbólica contemporánea es el resultado de un estado de la cultura, no un hecho de la naturaleza.

-----

Bien podríamos dejar de hablar del poder de las imágenes y empecemos a hablar del poder de los contextos.

Estas posturas sobre la inexorable superioridad de la imagen sobre el resto de las herramientas comunicativas, y especialmente las que se utilizan en el sendero de la razón, son proclives a la naturalización de los fenómenos sociales y al adormecimiento de las políticas de elevación del control social sobre las prácticas mediáticas.

De allí a decir que las mentes “infantiles” son mejor sujeto de las emociones que de la razón hay un paso. Ya varios lo han dado.

Por otra parte, solo las palabras, y su posibilidad de juicio, pueden penetrar el entramado de los contextos para modificarlos, en tanto que las imágenes visuales son virtualmente tragadas por esos mismos contextos.

-----

La nena asesinada en Rufino acaba de resucitar.

Lo ha hecho fragmentariamente, en un sentido macabramente figurado, ya que solo su mano derecha es la que ha cobrado vida y dibuja con letra clara y redondeada los versos de un poema. La mano rediviva traza preciosas paralelas sobre los renglones de un cuaderno infantil. La pantalla enmarca mano y cuaderno con un aura de difuminados tonos perla.

La voz de Julio Bazán, con el mismo tono de paradójico fervor apesadumbrado de siempre, y sin la agitación de todas las veces, “reconstruye” la inocencia virginal de la niña muerta. Un Bazán mucho más conmovedor que conmovido, dibuja con su voz el mapa de la joven vida truncada, sus emociones y sentimientos definitivamente expulsados del mundo por otra mano, una mano que no aparece, la mano asesina.

Patético.

Pero invisiblemente patético.

Bazán hará otro tanto con los libros escolares con la imagen de Perón y Eva y el culto a la personalidad, algunas postales de villas y niños con enfermedades terminales.

Pero no es su gusto por la obscenidad lo que me hace traerlo a esta instancia del libro, sino su afición al recurso, su inclinación a los dispositivos de ilustración en la convicción de que se trata de un mecanismo no sólo pertinente sino legítimo.

Estos dispositivos, narraciones ramplonas apoyadas por imágenes obvias y de dudosa estética, se convierten en la quintaesencia de la voluntad manipuladora. Hay una delectación por estos métodos que arraigan en la propia ignorancia de Bazán, pero que desnudan al mismo tiempo la convicción de que la realidad puede ser tratada de cualquier manera, y este no es un asunto individual sino un rasgo de la cultura productiva del periodismo televisivo hegemónico.

El poder de la imagen, para estas convicciones, no reside tanto en lo que ella puede contar por sí (que como dijimos ya, es muy poco) sino en lo que se puede contar a partir de ellas, es decir en su utilización para construir otra realidad que no está contenida en esa imagen.

En tanto, otros dispositivos que podrían darle a la televisión herramientas para noticiar son inexplorados o de uso esporádico. Esto es así, en parte porque volvería a subordinarse el relato a la realidad que relata y en la voluntad productora se trata de todo lo contrario, de subordinar las realidades desde algunos extractos de sus imágenes a la realidad del relato construido. Pero también en parte, esto es así, porque noticiar es más trabajoso que “hacer noticias”, ver y contar qué pasa es más trabajoso que contar cómo veo lo que pasa. Lo primero es asunto del periodista, lo segundo del *homo médium*.

-----

En los cincuenta se consolidó la necesidad editorial de los diseñadores gráficos. Ellos eran, ante todo, periodistas. Unos periodistas con inclinaciones al arte visual, con pautas comunicativas de la imagen, con criterios estéticos bien definidos. Pero con todo y eso, periodistas. Y como tales construyeron lo periodístico de la imagen y, junto con el fotoperiodismo, incorporaron criterios noticiosos que aumentaron

la agilidad y la nitidez de las noticias, al par de establecer mejores pautas de comunicación en el periodismo gráfico.

Fueron tiempos de grandes transformaciones en el formato y la producción de los medios escritos, tiempo de generación de estilos que se transformaron también en criterios editoriales, en personalidades gráficas.

Pero esta consolidación produjo un acercamiento de fronteras entre la comunicación visual periodística y la publicitaria. Un estrechamiento de fronteras que terminó permeándolas y traspasándolas. El golpe definitivo lo dio la entronización de la televisión en el centro del sistema mediático y su reposicionamiento como medio informativo.

¿Cuál fue la consecuencia de ese golpe? La tele morfosis de todo el sistema mediático.

Es decir la reducción del funcionamiento de todos los medios de comunicación a las formas impuestas por la televisión, reducción que se extendió por la radio, las revistas y los diarios, y que por una rara jugada del destino comenzó su reversión con la aparición de la Internet, con más precisión con la cultura de diseño de las páginas Web. Pero de esto último hablaremos más adelante.

-----

-No hay para sesenta líneas – dijo y se dijo, arrojando sobre el escritorio la nota garrapateada a mano con el desaliño propio de lo hecho a los apurones.

La respuesta pareció partirle de adentro, tanto escuchar las mismas indicaciones y tanto renunciar a encontrarle sentido o a discutirle el sinsentido, que se le presentó como una voz interior: ¡Iguale hacé sesenta líneas!

En puntos como este iniciaba cruzadas caprichosas, rebeliones infantiles apenas perceptibles.

Iba a hacer la de siempre. Sesenta y una líneas, o cincuenta y nueve, esa era la medida de la trasgresión. O mejor, más finito todavía, esta vez iba a pasar el texto un puntito para arriba o uno para abajo. Mejor cincuenta y nueve con un puntito para arriba, entre 11 y 10 nunca prestaban atención.

Porque era cierto que en ese pedazo de mierda no había para sesenta líneas, tan cierto como que la prueba de “exactitud” a la que parecían someterse era una farsa, un folklorismo, un alarde de habilidades digna de otro cometido. Y de otros tiempos.

Y es que finalmente toda esa parafernalia de precisiones terminaba en la pantalla del diagramador, campeón de estiramiento de fotos, de ajustes en los cuerpos de los textos, y degollador de párrafos. En las manos del diagramador morían las pautas editoriales con que se mentían adentro de la redacción y nacían una y otra vez las pautas editoriales del diagramador.

Puesto que de eso se trataba ¿a qué tanto esmero en estirar una idea gurrumina e intrascendente como la que pedía sesenta líneas en la cabeza del perro Gardinetti, su jefe de redacción, la voz que de reiterada parecía provenir de su interior? A nada. A absolutamente nada.

Pero igual la mierda era escasa. De manera que hubo de recurrir al “manual de estilo”. Sabido era para él que casi ningún lector de diarios, y ninguno de el diario en el que él trabajaba, sobrepasa más allá del tercer párrafo posterior al “copete”, encabezado que, pretendiendo resumir la noticia y generar interés, solía terminar contando otra historia. Tan sabido era que, para completar texto por razones de espacio, cuando el cansancio abundaba tanto como escaseaba el talento, los primeros datos, los lanzados en los primeros párrafos se repetían con impunidad una y hasta dos veces en el pie de la nota, en esa cola final donde jamás se posaría ningún ojo movido por ninguna avidez.

Quizá por ese conocimiento, o quizá para ponerle una cuota de verdad al margen de la verdad periodística, ese día incorporó una dosis mucho más fuerte de rebeldía y trasgresión. Promediando el anteúltimo párrafo agregó entre comas: - y la falta de información respecto del paradero del sospechoso reside en el hecho de que esta mierda no da para sesenta líneas”.

Como bien imaginaba, nunca nadie lo advirtió.

-----

Clarín suele tener una determinada cantidad de páginas según cada día de la semana y la previsión de sus suplementos y eventuales ediciones especiales. Todos los días puede, generalmente es, y parece deber ser, igual. La misma cantidad de páginas para la misma posible cantidad y calidad de hechos, asuntos, y “acontecimientos”.

Digo Clarín, pero bien podría decir cualquier otro diario, o semanario.

Nadie se pregunta cómo es posible que cada día, los telediarios duren media o una hora, los diarios tengan tanta cantidad de páginas referidas a los mismos temas generales, más o menos igual de jornada en jornada, con un número determinado de fotos y con un centimetraje relativamente idéntico.

Peor aún: nadie se interroga sobre las razones por las cuales “toda la información”, “toda la realidad”, cabe en el formato de la media hora o las 64 páginas.

Un pliego más es una razón económica y no una razón informativa. Pero es una razón muy poderosa.

Si sólo se tratase de la construcción del diario o de la revista, si sólo se tratase de la construcción del telediario o del informativo radial, la problemática sería una problemática medial, mediática. Pero al ser los medios lo que son: constructores de la realidad, la problemática es de una dimensión inesperada, demasiado extensa y consecuentemente mayor. De manera que, un pliego más, un criterio de selección que aloja un tema y desaloja otro, es un acto de abolición o entronización de una realidad. Y si es la dos cosas, menos por más es, matemática y lógicamente, menos. Quiero decir y digo: se trata, lisa y llanamente, de la supresión del acontecimiento.

-----

La primera plana de los diarios cada vez es más una pantalla televisiva que conduce a canales imaginarios.

O cada vez menos, puesto que su disponibilidad de menú también tiende a remedar la página de apertura de un site de



Web. Pero digo, cada vez es menos la página de apertura, la tapa, la portada que acostumbrara y performateara la idea editorial del diario.

No estaría mal, sino fuese porque esa costumbre se interna en el diario repitiéndose mecánicamente, ya no como un recurso sino como un lenguaje. Mejor, como “el” lenguaje.

La concisión se ha vuelto un recurso extremo, y no por cierto en beneficio de la información, su claridad y entendimiento, sino en aras de una velocidad, de una inmediatez y una sensación de vértigo que, siendo lo mediático un sistema, da la certeza de que nos encontramos frente a un contagio, una uniformación de todos los medios a las pautas de los medios electrónicos, en especial la televisión.

Digámosle “tele morfosis” y estaremos abarcando todos los sentidos en la definición del traslado de las formas televisivas a los diarios y al periodismo gráfico en general.

-----

¿Por qué la foto retrato se ha vuelto importante como cabeza de la columna con firma, del reporte, de la nota de opinión?

Debo otra perogrullada: las fotos tienen el cometido de ilustrar. La pregunta que sigue es ¿qué ilustra la fotografía retrato-carné que acompaña a las columnas firmadas, los reportes de corresponsales o cronistas y las notas de opinión?

Resistamos a decir nada, puesto que este recurso, la fotografía retrato del autor, cumple una función comunicativa que le viene a los medios gráficos de la televisión. Es otra muestra de tele morfosis si ya hemos adoptado el término.

En un trabajo anterior, dediqué unos párrafos a ilustrar un carácter adquirido por el periodismo y la comunicación en los tiempos finales. Repetiré aquí esos párrafos pues no puedo mejorar lo dicho. Sólo me detengo a relacionar aquellos argumentos con la respuesta a la pregunta que inicia este apartado: la foto es el instrumento de relación personalizada que demanda hoy la comunicación por efecto de la impronta televisiva. Los lectores practican también el rito del encuentro con los autores. Las ideas ya no se califican por sí y sólo por sí,

tampoco la fuente emisora de esa idea es una concomitancia al valor de la idea, ahora funciona como su certificación. Por eso la foto, por eso el remedo del face to face, por eso la alegoría de la comunicación directa.

Aquí lo ya mencionado:

*“En 1998 descubrí como se habían corrido las referencias mediáticas sin que yo me diera cuenta. La opinión infundada había dejado de existir. Ahora, las opiniones habían encontrado su fundamento no en el peso de sus argumentaciones ni en su apego por la contrastación con la realidad observable. Ahora, una opinión se validaba por la validación de quien la emitía.*

*Mi descubrimiento se debió a una casualidad. Sintonizando FM Horizonte descubrí una tarde un programa con un conductor muy poco apropiado para la naturaleza descafeinada de ese segmento radial. Se trataba de Bobby Flores, una personalidad de la radio y la televisión que yo conocía poco y que mediante el mecanismo de las transgresiones a la carta había logrado despertar mi interés.*

*Una de esas tardes se presentó una historia de la crónica diaria en la que se narraba un caso de sanción social que yo aún no había descubierto como lo que era realmente: una sanción social-mediática. Un joven, en un café, le había propinado un par de escupitajos a un político en las cercanías del Congreso de la Nación.*

*Flores, sin recursos acordes con su apellido, legitimó la acción y la agresión que conllevaba con un argumento tan económico y certero como cualquiera de los escupitajos de marras: - Está bien que el joven escupa al político.- repitiendo la idea para emparejar con el número de salivazos: – Está bien que el joven escupa al político-.*

*Rápidamente me di cuenta que Flores estaba seguro que su audiencia esperaba esa respuesta y no su fundamentación. Bobby entendía que sus oyentes querían conocer su juicio sin importar como había arribado a él. Para eso está la confianza que se ratifica en cada sintonía. Para eso está el rito del encuentro entre la audiencia y el comunicador que sacraliza por su sola existencia el hecho de la comunicación.*

*Unos días después escuche a Bobby hacer una libre interpretación sobre la década del 70 y, especialmente, sobre la época del proceso militar. La exégesis, por lo que se desprendía*

*del relato, estaba dirigida a los más jóvenes. Allí me enteré que la gran preocupación de las fuerzas de seguridad en aquellas oscuras épocas era el pelo largo de una juventud que así, y por lo visto especialmente así, mostraba su rebeldía. También supe que la policía se había llevado a alguien por hacerle escuchar funky a un grupo de amigos y que había dos grandes preferencias musicales: los Beatles y los Rollings.*

*Como imaginé con razón que Bobby no tenía edad para contar lo que contaba le mandé un fax con algunas aclaraciones. Esencialmente que los Rolings eran la hinchada de Cambaceres contra la de Boca que en la analogía vendría a ser la de los Beatles, y que los jóvenes de entonces eran llevados por razones y acciones políticas entre las que se incluía la lucha armada y que esto implicaba un compromiso mayor que el de hacer difusión del funky. Le comenté también que en realidad se escuchaba más a la negra Sosa que a Bob Marley y que la pasión de esa juventud tenía nombres que hoy son abominables para los jóvenes y para los pendeviejos: Patria, Política, Revolución, Perón, Evita, compromiso.*

*Flores, a quien pedí que no leyera eso al aire sino que lo tomara como referencia jamás contestó mi fax. Claro: al no saber quien era yo le faltaba el fundamento de mi opinión". ( De El Juego del Ahorcado. Apuntes sobre victimización social mediática. Ed. Corregidor. 2002.)*

-----

Digo que la noticia convertida en producto se vuelve conmutable, fácilmente reemplazable, pierde su condición trascendente y su función en el sistema republicano para adquirir una, muy distinta, en el sistema productivo.

La reclusión de la noticia a este destino no está disgregada del reduccionismo esencial que opera la industria cultural sobre todo el sistema de producción simbólico. Todo tiende a dirigirse hacia esa esclusa, también lo digo.

Bien. Esta nueva condición y función de la noticia produce una relación entre producto y consumidor también diversa.

Con aquel carácter original de la noticia la información del ciudadano producía también su formación.

Ahora no. Con la noticia producto la formación del ciudadano ya no ocurre.

La noticia producto se consume, y su consumo presupone y exige la aparición de otra noticia, de otro producto, de otro objeto de consumo. Y en la operación se lleva al ciudadano y nos deja al usuario y al consumidor. Al usuario de medios y al consumidor de noticias-producto.

Esto explica lo que no podría explicarse de otra manera: la incongruencia de todo el contenido informativo a través del tiempo. La posibilidad de que una cosa sea hoy y mañana su contrario. La increíble resurrección y repetición de "hechos". La ciclicidad de los temas de la agenda.

-----

Walter Mathov es el padre de Diane Keaton, Meg Ryan y otra rubia que ni recuerdo. Su personaje es el de un geronte que no se resigna a entregar el equipo sin darle uso hasta el último suspiro.

Las tres hijas grandes acaban de sorprenderlo en la alcoba con una rubicunda y rolliza enfermera, mucho menor que él, encargada de menesteres distintos a los que acababa de cumplir.

La mujer, con incomodidad pero sin vergüenza, se despide del trío de hijas subrayando el encanto de su padre y lamentando el terrible accidente de su madre.

Solos, padre e hijas, Meg le pregunta a qué accidente se refiere, ya que su madre vive y separada del mentiroso desde hacía mas de veinte años.

El viejo pone una sonrisa de antesala a una explicación de salón.

-Le dije que su madre murió en un accidente aéreo, muy conocido, la caída del avión de United en Atlanta.-

Las tres miraron con fingida reprobación, pero solo Meg atinó a una pregunta: - ¿qué avión de United?

-Ninguno - replicó el septuagenario – no tengo idea de que haya sucedido algo así. Pero es increíble como la gente

creo recordar ese tipo de noticias, aunque nunca hayan sucedido.

Mientras los cuatro ríen el final de la escena, una noticia menos graciosa y más auténtica queda plasmada en la pantalla: como la fast food, pero en otro embalaje, hay news food.

-----

Personalización de los periodistas. He aquí un problema.

No digo el prestigio de la profesión, eso es otro asunto del que ni vale la pena hablar toda vez que la escala de prestigio en las sociedades contemporáneas están dadas cada vez y con mayor vigor en las relaciones con el poder. No me habilito demasiadas afirmaciones pueriles en un mismo libro. No. Quiero destacar que la imagen del periodista en los medios se ha convertido en el propio periodista. Como si la huella digital hubiese adquirido, como por encanto, entidad de dedo.

-----

Mario Markic no intuyó que el triunfo de La Alianza encabezada por Fernando De la Rúa era no otra cosa que una victoria estratégica del menemismo. Aquella tarde noche de la elección que talló la piedra sepulcral del siglo político argentino fue vivida por Mario con una euforia sorprendente. Sus lecturas de Tom Wolfe, mejor novelista que teórico, impidieron quizá que la ecuación de Menem, simple y obvia, se hiciera evidente a sus ojos, más acostumbrados a colorear postales de viajes desvaídas que a adivinar los giros de la historia.

Claro, armar narraciones siempre será más fácil que atisbar el rumbo de los tiempos. Esa capacidad no se obtiene con la aplicación de técnicas narrativas destinadas al “éxito periodístico” sino con la paciente contemplación de la trama fáctica en busca del perfil del “acontecimiento”. Trabajoso y con magro resultado, como siempre ocurre cada vez que perseguimos una verdad.

Por eso Mario sonreía un triunfo con aires casi futboleros. En una cosa sí estaba cierto, había sido derrotado el peronismo. Sinceramente creyó que eso era lo importante. Honestamente

consideró que la trascendencia de la jornada estaba dada por la vox populi vox Dei contra los diez años de peronismo menemista.

De cualquier manera, a contracarga de sinceridad y honestidad, Mario estaba incapaz de comprender ese como cualquier presente. Su tarea no es esa ni puede serla si se considera que Mario ha construido su “personalidad periodística” con las mismas técnicas con las que construye sus historias.

Mario es un hombre visto por una cámara. Mario es un hombre actuando lo inenarrable y visto por una cámara. Mario es un modelo serial del autodiseño del periodismo hegemónico, un surfeador de noticias, un testigo prócer de la ilíada comunicacional.

El cree y asegura que su narrativa está tinta de Hammet y de Chandler, pero huele en realidad mucho más a *La chanson de Roland* o a cualquier trovadoresca medieval, puesto que el centro de la escena es él, el que mira, no él la noticia, sino él, el que descubre narrando, el que baña de miradas inesperadas e inéditas la topografía de los hechos. Al menos eso es lo que Mario cree, puesto que es lo que desea y, por tanto, lo que cuenta, lo que narra, y en cierto sentido lo que es de lo que hace.

Es una cultura y una psicología, mucho más que un caso testigo, el caso de Mario que he tomado al acaso.

Quiero decir con esto que Markic no designa al periodismo hegemónico que resulta la agonía del periodismo de la que se habla aquí sino que, por el exacto contrario, está designado y formateado por la cultura y la psicología de ese periodismo.

Es siempre el Narciso de la fuente, el de la superficie del agua, y nunca el Narciso real y que refleja sobre esa pantalla. El hombre imprescindible para el sostén del periodista se reduce y se resume en esa realidad plana y virtual. Es demasiado poco, y al mismo tiempo excesivo alarde, como para acometer la ardua tarea de contarle a los otros algo que sucede fuera de uno mismo.



# Capítulo Segundo

## Prestidigitadores

### (Los juegos contextuales)

*“El mago restregó la galera con la bocamanga y preguntó con ánimo cordial...y usted ¿a qué se dedica?...Raúl González Tuñón se apresuró a contestar, como quien explica su razón de estar en ese lugar: soy periodista. El ilusionista levantó las cejas y practicó su mejor sonrisa....¡ah!...entonces los dos nos dedicamos a lo mismo.”*

*Relatos de la película Juancito Caminador, de Miguel Ángel González y Carlos Galettini.*

¿Cuándo fue que me impuse esta tarea?

No quiero que la primera pregunta sea ¿por qué? Pues obligaría respuestas vertiginosamente dolorosas. Prefiero la determinación en el tiempo, una determinación que sirva para explicarles a ustedes, pero para explicarme a mí mismo, cómo fue que empezó esta desencarnada manía de profanar los nuevos altares de la devoción mediática.

No fue seguramente cuando, frente a mis primeros embates titubeantes, los colegas empezaron sus críticas a la indecencia anticorporativa de quien, como yo, osaba hacer “periodismo del periodismo”. No, eso fue después.

Tampoco fue cuando descubrí que mi condición de periodista le daba a mis dichos, y desde mis dichos a mi persona, un aura que, yo sabía muy bien, no tenía, no hacía falta y no merecía.

No. Eso también fue después.

Siquiera fue en el momento en que tropecé casualmente con Vigotsky y la teoría del constructivismo social. Ese ha sido el salvoconducto que me permitió atravesar las tierras sagradas del santo oficio del periodismo, y permitirme entender que sólo somos constructores de un relato posible entre otros tantos relatos de la realidad.



Tampoco fue entonces. Aquello sucedió mucho antes.

Sucedió en el baño de la casa de mi abuelo paterno, en Villa Diego, lindero de la ciudad de Rosario, en un verano de largas vacaciones.

Aquel baño de mosaicos en tablero, tenía un gran espejo sobre el espaldar del lavabo. Y una resonancia superior, si se la comparaba con el estrecho excusado de mi casa de la Isla Maciel. Allí jugué a la radio, armé mis primeras fantasías, un equipo de fútbol con todos sus jugadores, nombre por nombre, un equipo que tenía la escasa alegría del triunfo permanente y que jamás me haría llorar reír por la misma causa como lo hicieron desde entonces los rojos de Avellaneda.

Allí supe, que lo que los chicos tienen como ambiciones y juegos, en los grandes resultan veleidades y miserables especulaciones. Allí me apropié de mi oficio, el oficio de contar. Un amor por las palabras se apoderó de mí para el resto de mis días.

En ese baño, frente a ese espejo, aprendí de mi mirada cómo se construye la mirada de los otros.

Hace unos diez años recuperé aquel nacimiento de la conciencia y acepté la tarea.

No sólo tenemos derecho a ser informados, tenemos derecho a saber cómo se nos informa. Garantizar ese derecho es garantizar la supervivencia de un oficio en extinción: el periodismo. El riesgo de esa desaparición implica algo más que la mera caducidad de una profesión; su tambaleante credibilidad amenaza con arrastrar en su caída otro perfil político fundamental: el del ciudadano. Y eso es ya problema de todos.

De aquí la solicitud y el reclamo: salven a aquella vieja tarea de notarios evaluadores de hechos comprobables; salven al voluntarioso y pertinaz buscador de verdades, al austero sacerdote de la desconfianza pública, al desentrañador de intrigas, al ácrata furioso lanzado contra todos los abusos del poder; salven a los ojos y los oídos del pueblo, a los develadores de injusticias, a los indagadores del presente; salven al periodista tal como fuera construido por el deseo de libertad, salven a ese periodista más soñado que realizado, ese dibujo social del hombre poderoso y débil con un oficio más digno cuanto más humilde; salven la utopía del periodista, salven a Clark Kent.

-----

Algunos periodistas suelen defender sus análisis ostentando los “hechos” con los que los construyen como prueba contundente de su veracidad y su “objetividad”. Se abroquelan detrás de los “hechos” toda vez que se les insinúa lo que son, constructores de la realidad mediática.

Esos “hechos”, sin embargo, configuran mascarones de proa de operaciones de manipulación que suelen funcionar eficientemente sobre las audiencias bien adiestradas.

Entre las múltiples operaciones a las que me refiero, y de las que se da mayoritaria cuenta en este libro de auxilio, se encuentra la de la subinformación.

Los hechos no se encuentran aislados, sino relacionados en tramas complejas. Seleccionar de esa trama los “hechos” convenientes al relato intencional y presentarlos, ordenadamente a ese propósito, es subinformar.

Todos los días sucede ante nuestros ojos y oídos.

Todos los días.

-----

Laje se apoya sobre sus brazos y estos sobre la mesa redonda que, encabezada por Daniel Hadad, reúne al grupo original de “Después de Hora”, formato de monólogo polifónico analizando la realidad cotidiana al final de cada día.

Ha llegado su turno, un pase corto del conductor lo pone en el centro de la escena y un toque certero del director en el centro de la pantalla. Habla del presupuesto, que es el sinónimo fatídico de gasto público, y el gasto público la bruja andrajosa que ceremonialmente el grupo coloca en la diaria hoguera de su pantalla.

Laje hace su número; sus números.

- La Universidad tiene un presupuesto de 1800 millones de dólares – casi regurgita – es increíble y desproporcionado.

Ayer pasé frente a la Universidad y la apariencia del frente del edificio es lamentable...ni siquiera pintada. ¿Podrá saberse en qué gastan semejante presupuesto? –

Laje ignora o no ignora. Cualquiera de las opciones opuestas carece de importancia ante la funcionalidad de su relato.

Laje ignora o no ignora que lo que llama “Universidad” son en realidad 34 universidades nacionales en todo el territorio de la República, con cerca de doscientas carreras terciarias y un número no menor de carreras de grado y de post grado, un centenar de departamentos de investigación, un centenar de edificaciones con gas, luz, agua y teléfonos, estructura no docente para atender la friolera de un millón y medio de alumnos, lo que llevaría los guarismos a la tasa de 83 dólares por mes por alumno si ese presupuesto realmente se ejecutara, cosa que jamás ocurrió por lo que puede decirse ya que nunca ocurre.

Laje ignora o no ignora. Eso es lo de menor importancia. Lo que importa no es la verdad sino el efecto de verdad que la acción de subinformación realizada por Laje genera.

Pasarían pocos días hasta que López Murphy, en sus escasas horas como ministro de Economía de Fernando de la Rúa, tomara el guante de “la desproporción” denunciada, e intentara un recorte de casi 380 millones a ese presupuesto universitario en una primera etapa y de 420 posteriormente. Ese recorte no se sustanció por la vía de López, pero atacó más certeramente a los sueldos del sector público con el advenimiento de Cavallo ya sobre la agonía del gobierno del “hechizado”. A partir de allí, contra lo esperable según el razonamiento de Laje, el presupuesto de las universidades continuó sin alcanzar para pintura.

-----

La subinformación no es en realidad sólo una operación, como podría ser la deliberada quita del contexto. Es también un resultado. Es el resultado de utilizar un dato y forzarlo a acomodarse a una interpretación.

Resulta comparable a armar muy mal y apresuradamente una valija para que todo entre y lo que asoma al cerrarla sea

cortado con una tijera. Irremediablemente habrá partes rotas y partes que quedarán fuera de la maleta.

La lógica proposicional no admite roturas ni partes ausentes.

-----

La subinformación siempre se apoya en un prejuicio.

Cuando digo prejuicio no quiero decir juicio falso, sino un juicio a priori del tema mencionado en la subinformación. El gasto público es el juicio previo que funciona como contexto interpretativo de la subinformación: "La Universidad tiene mucho presupuesto y ni siquiera tiene sus edificios pintados."

Ese prejuicio o juicio previo, repito, funciona como el contexto interpretativo ausente, es el reemplazo de lo que se omitió, cercenó y quitó por resultar disfuncional al relato. La idea socialmente aceptada del desmesurado gasto público reemplaza como contexto interpretativo al contexto del gasto público universitario que implica el monto de presupuesto por alumno, la cantidad de universidades, carreras y el hecho de que lo presupuestado rara vez se ejecuta.

Es muy probable que los juicios previos que sirven de recontextualización estén apoyados en verdades o directamente lo sean, pero esa calidad de verdadero no se transmite, aunque se lo pretenda, al tema de la subinformación. Se trata de una especie un poco más compleja de sofisma.

Subinformar es, por lo tanto, sacar de contexto un hecho o serie de hechos y otorgarle un contexto nuevo, sea por simple sugerencia o por maneras más explícitas. La intención es conducir el razonamiento de la audiencia sobre caminos presuntamente lógicos y haciendo pie en también presuntas evidencias.

De acuerdo a como se encuentran preparadas informativamente las audiencias de hoy este caso podría estar ocurriendo a cada rato.

-----

-¿Pero por qué lo echaron? La pregunta tenía una carga de indignación recién asomando sobre la disipación de la sorpresa.

Durante veinte años Pancho había sido el jefe de la agencia del diario en la principal localidad de la provincia. O eso al menos a mí me parecía. Periodista de raza y de letra, supo afianzar la sensación de seriedad y de austeridad con gestos claros, día por día. Fue lo que me descompensó.

Sergio Pizarro me miró con el tedio de un entomólogo frente a una mariposa lechera.

-Estaba viejo- sentenció a muerte-

-Pero la concha de tu madre – dije a modo de interjección – si el Pancho tiene un año más que yo.-

-Estoy hablando de su manera de hacer las cosas – amplió la sentencia Sergio – Estamos con mucha competencia de diarios regionales, se achica la torta publicitaria, y Pancho no entendía que se le estaba escapando la tortuga.-

Huyó casi hacia la fotocopidora. Lo seguí sin otro apremio de interrogación que mi propia presencia. Estaba caliente y asombrado. Finalmente cedió. Se sentó quitándose los lentes sin marco y casi sin aumento, una mascarilla de apariencia intelectual en la que suelen refugiarse los periodistas. Por fin se dignó a explicar lo que no tenía ganas.

-La cagada se la mandó con el caso Gaglio. Planchó la información con todos esos datos de la madre de la piba, que era prostituta conocida y todo eso que ensuciaba la nota sobre abuso de menores. Se lo dijimos, pero él insistió en que había que poner todo lo que surgiera.

Y ese fue el pecado –solté incrédulo...planchó la información. Le metió demasiada realidad, demasiada complejidad y eso caga el armado del sorete que había que publicar, del sorete que se hacía complicado digerir por los idiotas que leen el diario de reojo en el café.

El tono hasta a mí me pareció sentencioso. Imaginé un impacto emocional en mi interlocutor producto del efecto que creí producían mis parrafadas después de tantos años de radio. Pero fueron trescientos veinte voltios sobre un cadáver de dos meses.

Eso fue –cerró Sergio con seguridad y sin asomo de náusea y sin ganas de explicar nada de nada.

Trepé Quaglia hasta la Mitre. El sol horizontal del invierno patagónico parecía una lámpara de frigorífico.

Sentí tanto frío.  
Tanto.

-----

Lo fatal no es el recorte de la realidad para que quepa en el formato del boletín radial, del noticiero televisivo o de la crónica gráfica. Lo fatal es el caprichoso itinerario de la tijera que recorta trazado por una mano armada de prejuicios, simplificaciones estandarizadas, moldes de espectacularidad, desapego por el conocimiento y una profunda pereza para la búsqueda de la verdad.

Lo fatal no es la fatalidad sino la naturaleza de su artífice.

-----

- No se te entiende – prefirió no gritar – y haces los bloques demasiado largos. La gente se aburre y cambia de radio – terminó afirmando su verdadera preocupación.

El otro se achicaba en el asiento cumpliendo la frase de Nietzsche que definía la humildad como el encogimiento de los gusanos ante la amenaza del pisotón.

Máximo a su vez agigantaba su enojo al comprobar su propia incapacidad para intimidar realmente. El otro, los otros, siempre lo descubrían.

Lo que sucede es que este tema de Hidronor es un poco complejo – se animó a decir titubeante – un poco complejo y necesita ser explicado un poco más.

Necesita....quién necesita?...A quien le hace falta entender eso?

Y sí...tenés razón Máximo...no es muy interesante....es solamente importante – dijo con texto pero sin inflexión de ironía.

Máximo tiene un nombre que le pesa y una función que lo sobrepasa. Pero sabe que todo lo que ignora sobre medios es su virtud frente a las audiencias. Por eso él, que nunca puede sofrenar sus colores, silabeó determinante y sin asomo de rubor:

Para nosotros si-no- es- in-te-re-san-te no es im-por-tan-te. Ese es el criterio editorial de esta emisora...lo importante es sólo importante cuando es in-te-re-san-te...cuando le interesa a la gente...sea lo que sea...te guste o no te guste...sea verdad o mentira... honesto o deshonesto.....bueno o malo....lo que tiene que ser es in-te-re-san-te...¿te queda claro?

Cuando el otro vació su cara de gestos y se disponía a asentir sin más, Liliana traspasó el umbral de la ante sala y se asomó a la oficina, sorprendiéndose por la reunión. Saludo rápidamente con sendos besos y salió igualmente rauda quedando del otro lado del ventanal, desde dónde podía vérsela charlando animadamente en la sala del operador.

Como abandonando el interés por la charla, y casi suspendiendo para siempre el rito de la sumisión, el otro se quedó prendado del recuadro de cristal y de la imagen de Liliana.

Máximo se exasperó. Enrojeció.

Escuchame nene – sacó desde la tensión de la mandíbula más inclinada a la manifestación del capricho que de la determinación – Te estás jugando el aire, el trabajo y el futuro...adónde mierda vas a ir si ya te fuiste de las otras dos radios...y en lugar de prometer que te vas a adecuar a lo que te digo te ponés a mirar a las minas como un puñetero.-

El otro separó la vista del vidrio sin deseo y lo miró con una serenidad y un aplomo que sólo se le manifestaba cuando estaba frente al micrófono.

Disculpame. Me estaba adaptando a tu criterio editorial Máximo...miraba ese importante par de tetas.-

-----

Cuando se acostumbra a ese ambiente existencial de los sets el **homo medium** se abandona a la ignorancia y la convierte en su condición de permanencia. Empieza a “saber” qué saber y a desconocer y lateralizar todo lo que no se corresponda con ese saber.

-----

Habemos los que tardamos demasiado en darnos cuenta que no era este tiempo de narradores sino de “comunicadores”.

Ya no se quiere narrar.

Lo que se demanda es comunicar.

Las reglas entonces de lo que se persigue como fin, cambian.

El *leader* de la línea de pesca es el que manda. Por eso, la exquisitez de la narración, aún la precisión y justeza del relato, pueden conspirar con el objetivo de la comunicación ya que dejan abierto el mundo de las distracciones y de los “ruidos” que la comunicación abomina.

Poner sobre el tapete todos los datos es peligroso. Puede “aplanarse”, “plancharse” la información, quitarle estruendo y brillo, reducir su interés en el espíritu simple y abúlico de las audiencias. Lo que es una exigencia de calidad de la narración es para la comunicación un riesgo. Un riesgo fatal.

Lo primero es convertir en sinónimos las ideas de eficiente y eficaz. Para que la eficacia reemplace a la eficiencia en la lengua y en la idea.

Hay que ser eficaz...hay que llegar, comunicar, completar el ciclo de manera perfecta. Mensaje e interpretación deben ser la misma cosa, un solo texto y una sola lectura.

No hay sentido que producir, ni social ni individualmente. Por lo tanto debe derogarse el principio de “ un solo sentido en la producción de sentido y todos los sentidos posibles en la instancia de reconocimiento”.



El sentido debe ser comunicado, no producido. El sentido, la significación de lo que sea, debe ser “re-producido”.

En el mundo del “todo ha sido dicho”, del “todo está terminado”, del “fin de la historia”, del “nada nuevo bajo el sol”, lo que queda es re-producir con eficacia, y darle salida, es decir expulsar a la eficiencia.

Siendo sólo todo lo que es y habiendo sólo todo lo que hay, estando como parecemos estar sin destino de novedad, y habiéndose decretado la muerte por asesinato del acontecimiento, no hay lugar para ciencia e innovación en lo que se hace, no hay lugar para la eficiencia.

Lo que queda es “re-producir” con eficacia.

Lo que queda es una técnica terminada y terminal.

-----

Qué poco se dice cuando se dice que la información es una mercancía. La lente materialista del análisis deja fuera un hecho que desmejora claramente la valoración de la información como mercancía contemporánea:

La noticia para ser mercancía debe, naturalmente, dejar de ser noticia.

Efectivamente, y esto es así porque el producto, cualquiera que sea, siempre será previsibilidad, estándar, estereotipo. La noticia, en cambio, se proclama novedad, originalidad, única, irrepetible.

Esto parece no importarles a los periodistas, o al menos parece ser recibido por ellos de manera resignada, como quien enfrenta fenómenos irreversibles con los que no queda otro remedio que convivir y a los que habrá que adaptarse.

Y esta es la gran estupidez. Porque lo que no se advierte es que, lo mismo que mata la noticia mata al periodista.

Constructores de un relato, realizado con moldes productivos consagrados por el uso y que, garantizada la honestidad, deben asegurar un resultado: la noticia, los periodistas se ven envueltos ahora en la necesidad de realizar un producto, sólo un producto, es decir, otro resultado.

Lo fatal resulta ser que las determinaciones de ese producto no están en la técnica de realización sino en las expectativas del mercado.

El periodista ha dejado de ser un artesano, un artista y se ha convertido en un fabricante, en un mero diente de uno de los tantos engranajes de la fabulosa maquinaria de la construcción de la realidad mediática. Ya ni siquiera sabe lo que hace, ni cual es el destino final de lo que hace. Igual que la campesina puesta a obrera de la canción de Serrat, suelda “el cuatro con el dos y el cinco con el tres, y sin saber por qué.”

El destino de la noticia como producto es la marca del destino de extinción del periodista. Si lo que hacemos muere, morimos con lo que hacemos.

La noticia aguarda trascendencia. El relato periodístico aspira a ser fundamento de alguna opinión, de alguna conducta ciudadana. Es el espacio de realidad pública ofrecido al saber del soberano, para que este disponga de ese dato y actúe de alguna manera.

El producto no pretende ninguna trascendencia. Su destino es ser consumido. Y en ese consumo su única finalidad es asegurar la continuidad del consumo para afianzar el sistema productivo.

La noticia tiene responsabilidad histórica. Su ser debe ser coherente con el pasado y debe ser atendido en el futuro. Las noticias deben guardar la lógica de la realidad, tanto las pasadas como las venideras, pues son los ladrillos de la historia, y el material de los relatos futuros.

El producto carece de determinación temporal. No importa lo que haya dicho, jamás será sujeto de contradicciones o contrasentidos. Está para ser consumido y reemplazado por otro, rápidamente. Está para satisfacer la necesidad creada en los individuos de constatación del presente. El producto es presente, es decir no es con relación a otra cosa que no sea él mismo.

Y es que el producto está hecho a imagen y semejanza supuesta de su supuesto consumidor.

El producto debe ser tan fugaz y conmutable como la memoria de su consumidor.

Repito con más temor al olvido que al hartazgo: esta realidad que se obstinan en desconocer muchos periodistas, es la que está decretando el principio de extinción de la profesión.

-----

Una muestra de las innumerables marcas de la cultura mediática en la sociedad es la de la valorización de “lo nuevo”, la “actualidad”, por encima de cualquier otro valor. “Quedarse en el tiempo” es un disvalor castigado por este fervor que el presente desata en el ánimo del **homo medium**.

La sed de “presente” es excluyente en el ánimo contemporáneo, un desentendimiento del pasado y una evasión a la responsabilidad por el futuro.

Así Da Vinci vale menos que Tamara, dice menos de lo humano, diciendo menos de lo que somos y de lo que seremos. El hoy vale como ningún otro tiempo ya que en su velocidad y prolongación desecha absolutamente el pasado y conmuta todos los futuros posibles.

No importa que ese presente que llamamos actualidad, como dice Derrida, sea sólo un artefacto, una construcción realizada mediante la operación pautada de una serie de dispositivos mediáticos. Tampoco importa que ese presente sea un presente que se presentará mañana y dirá “presente” ad infinitum. Como dice Silvio Rodríguez “Hoy leí la prensa y me pareció que ayer decía lo mismo”. Lo que importa es la última palabra, porque la fugacidad de las imágenes que son el centro de la cultura y de las pantallas, contagia en su rito de apariciones y desapariciones permanentes la condición misma de la realidad.

Es por eso también, que las creencias y las convicciones de antaño se han convertido en creencias y convicciones móviles. Hoy están, mañana tal vez no.

-----

La sed de protagonismo que se despliega obscenamente en los reality show es la evidencia de su correlato con toda la realidad social.

Al “todo el mundo quiere ser alguien” se le adosa una concepción de “ser alguien” que pasa exclusivamente por la exposición consagratoria en la pantalla de la realidad mediática.

Esto tiene a su vez una vinculación con el modelado que los medios de comunicación (especialmente los de alta exposición) operan en el carácter y en el temperamento de las personas que trabajan en ellos.

Se teoriza sobre la imagen y su constitución. Suele decirse que la imagen de una persona está construida sobre la base de tres imágenes superpuestas tal y como si fuesen tres lentes uno encima del otro. La primera lente es la de la imagen que cada cual tiene de sí mismo. La segunda es la de la imagen que los demás tienen de cada cual y la tercera, la imagen que cada cual cree que los demás tienen de sí mismo.

En un patrón normal las tres lentes se construyen sobre un número limitado de relaciones personales independientemente de la intensidad y calidad de esas relaciones.

Esto quiere decir que, cuantitativamente, hay una relación de equilibrio entre las tres lentes que conforman la imagen final.

Por el contrario, si alguien se expone públicamente en un medio, es decir pasa a ser una persona conocida a través de la televisión por ejemplo, la segunda de las lentes tiende a deformar y su deformación se multiplica con la deformación de la tercera haciendo que, finalmente la primera sea una imagen aberrada.

Suelo decir como una advertencia que considero saludable y protectora a los estudiantes, que los medios de comunicación enferman a las personas que trabajan en ellos.

Está allí esclavizado por su propia decisión de ignorancia. Se somete a dos juegos de instintos. Uno, el que lo convence de que está “del lado de los buenos”, que defiende los intereses “de la gente” y que por lo tanto es “un peligro” para el status quo.

El otro juego de instintos lo empuja a una megalomanía módica, y lo hace depender de la exposición pública ignorando deliberadamente que, por el contrario, esa sed de exposición es inversamente proporcional a su independencia profesional. Su función, su “mensaje”, se desdibuja a medida que se amplía su plano en la superpantalla de los mass media. Cuanto más visible sea será más roma su espada, más trastocada su lógica, más imbécil su pensamiento.

-----

El verbo castellano “cubrir” es un **lapsus linguae** del **homo medium**. O más precisamente dicho: una verdadera confesión.

La acción mencionada, la de “cubrir”, no puede ser más atinada para describir lo que efectivamente se pretende de eso que se llama actualidad y de eso que se llaman noticias: cubrir.

La antigua pretensión de descubrir, desentrañar, develar para luego mostrar se ha convertido, transformado, en una arte de enmascaramiento, de modelado, de construcción puramente técnica y, dicho sea de paso, con escaso arte.

La verdad ya no atrae desnuda, no se trata de quitarle los ropajes que la esconden. Por el contrario se trata de cubrirla con la indumentaria uniformante de los medios de tal suerte que a fuerza de amputaciones y apliques ese cuerpo sea un cuerpo de “noticias”.

La idea de lo “noticiable” es, a la vez, un reconocimiento de las operaciones de modelación aplicadas y una mitificación del carácter realmente protagónico de lo que ha sido “construido” en lugar de lo que efectivamente pudo ser recogido.

No se reconstruye lo posiblemente ocurrido, se construye lo necesariamente ocurrente.

¡Quiero hablar con una acosada! – dirá el “productor”, habiendo sentenciado la verdad del hecho a partir de la “potencialidad” atractora de su naturaleza.

Sí. El show debe seguir. El news show debe continuar.

-----

Durante décadas su profesión fue la de naturalizar los hechos. Rescatar acontecimientos sin lectura e integrarlos a una comprensión del mundo presente. Contar, describir, interpretar, no como un simple espectador sino como un testigo elocuente poseedor de una mirada panóptica. Una literatura encarnada surgía desde la crónica diaria. El tipo liberaba su animal literario a cazar letras verdaderas.

Desgraciadamente esa, su profesión, chocó hace años con una pretensión pobrísima que fue increíblemente festejada por la propia corporación: “El periodismo es la primera versión de la historia.”

Chau. A partir de allí bajo la supuesta persecución de la noticia sucumbió la utopía de la verdad, empezó la “producción” de la “actualidad” y se asesinó la identidad del acontecimiento.

-----

-Pero y entonces ¿quién? – se angustió María, con esa angustia abismada y enferma de vértigo que se le sangraba en la pregunta.

Habían sido muchas horas de discusión. Cuando ya las ganas de discutir porque sí se habían cansado, y de los que quedaban y no habían hecho de esa reunión una sesión de terapia, la mayoría entendía que se había dicho alguna cosa, algo recordable, algo de esa materia inusitada e infrecuente que dicen son ladrillos de la memoria venidera; cuando eso empezaba a ocurrir, a María le había entrado la cosa de la sed de definiciones. Quería “al pan pan...” cuando ya el vino había sucumbido.

- Caparrós y Lanata – tiró Arí con la convicción de quien tira al boleo desde la mitad de la cancha.

- Caparrós y Lanata – repitió cuando vio que el pelotazo teórico se le iba pegado al banderín del corner.

María hinchó el pecho (tenía qué cosa hinchar) y con el pecho hinchado y la hinchada de los ojos puteando la pifiada de Ari se sentó al borde del abismo de su angustia a dar una batalla mas con el vino que le quedaba en el vaso.

- Vos querés que yo te diga que estás loco – armó para empezar – que vos no podés traer a esta conversación a ese gordo pelotudo pagado de sí mismo... ¿no es cierto?

Ari se replegó sin entregarse. La oportunidad de discutir con María nunca se le había presentado con la forma tan patente y provocadora de esas hinchadas. Mezcló sorpresa y arrobo y sin eco de tartamudeo disparó.

Hay que elegir de lo que hay. Lo malo define lo bueno. O te quedás con Lanata y Caparrós o te quedás con Cherasny, Feinmann y Hadad. O jugás con los unos o jugás con los otros. No hay otra.-

Hay – devolvió María retirando sus hinchadas a los altos de sus tribunas – Vos te equivocas en lo que se equivocan todos. No se trata de esto o aquello, sino de lo que es y de lo que no es. Lanata y Hadad son el bueno y el malo de lo malo, vainilla y chocolate de un helado que te vende el mismo heladero. Es como dice mi tío Guillermo, que cuando era joven él era fana de Tom Jones y mi tía Betty de Engelbert Humperdinck, y se mataban en las discusiones sobre quien era más capo. Un día descubrieron que los dos trabajaban para el mismo sello y tenían el mismo representante. Mi tío y mi tía se casaron y empezaron a escuchar a los Beatles, de bronca nada más.

-A ver – pidió Ari – ¿Vos qué querés decirme? ¿Porque no podes estar imaginando que, por estar en la misma pantalla dos discursos que son diametralmente opuestos pueden ser la misma cosa?

-La misma cosa –apostó de nuevo María.- Porque son la misma televisión y el mismo periodismo. Un progresismo como el de Caparrós que huele a positivismo del siglo XIX aderezado con salsas posmodernas además de patético es paradójico, y le sirve tan bien a la televisión y a este periodismo como Feinmann. Te imaginás a Caparrós y a Lanata sin Hadad y sin Feinmann. Para que Tom Jones pudiera hacer soul y

música negra el dueño del kiosco tenía a Humperdinck cantando Baladas. Todos los gustos cubiertos por el mismo productor de productos.

Las hinchadas ya ocupaban toda la tribuna, y Ari no podía dejar de alterar sus percepciones, mirando esa boca, oliendo ese cuello y escuchando a las hinchadas. Hizo lo posible por prolongar el entrevero aunque ya sus argumentos habían retirado el equipo. Incapaz de resignar la baza movió negativamente la cabeza y puso su mirada en el piso, con un esfuerzo contra la hipnosis, como considerando inútil lo que mentía tenía para decir. Sirvió. Una María que ya parecía a reparo del abismo de la angustia continuó bañándolo de atención y presencia exclusivas.

-Creo que Baudrillard decía...creo, pero si no, no importa...alguien dijo que lo opuesto al mal es el mal y no el bien...algo así como que el bien no tenía oportunidad. El sistema es tan cerrado que te propone el mal y su otro mal alternativo, lo amargo y lo dulce salido de la misma fábrica, el problema y la solución, Boca y River, el dolor y la aspirina, el stress y el spa....Hadad y Lanata. Así nunca te vas a esforzar por encontrar lo otro posible en un lugar distinto al lugar del negocio del sistema.

-Lo tercero – murmuró Ari desde su estado magnético. Y sin creer poderlo, porque querer sí que lo quería, logró que esa mujer se iluminara y mojara con su luz todo el ambiente.

-¡Sí!. Lo tercero. No podía encontrar una palabra mejor.

Y los dos sonrieron y se entregaron al calor de esa insólita burbuja. Los linderos de una verdad cualquiera, el calor de un hallazgo, suele llevar a los seres humanos a las temperaturas de origen.

Lo que el poeta dijo “al calor del amor”.

-----

Exageran en la precisión y minuciosidad de los aspectos irrelevantes de los temas y jamás profundizan en los relevantes, de los que se someten, en el mismo nivel de ignorancia que sus audiencias, al clima de la sospecha, a la cultura de la suposición como verdad y a la teoría de la conspiración. El hecho de que el



candidato duerma con medias de lana o que el detenido haya almorzado arroz con pollo (De La rúa electoral y Cavallo Preso), genera la impresión de que los informadores están a tiro de piedra de los acontecimientos (por lo tanto de su verdad) y desobliga la investigación precisa y la opinión comprometida, es decir desobliga de la función periodística.

-----

Lo que importa no es lo que Gastaldi significa a la interpretación del fenómeno político de la impunidad, lo que importa es la espectacularidad que resulta de la condición socialmediática de Gastaldi: un hombre vinculado al “Clan Legrand”. Se apela así a la curiosidad infantil e indolentemente banal de las audiencias para no apelar a la responsabilidad civil del ciudadano a quien debe informarse. Esta última es demasiado comprometedora y fundamentalmente, poco atractiva al consumo mediático ya que implica un esfuerzo de pensamiento que, se cree en los medios, conspira con la ergonomía y el facilismo que encarna el espíritu de la comunicación contemporánea.

Lo que no divierte no llega.

-----

Lo que no divierte no llega.

Como quien agita el sifón y reaviva el gas de la soda, Osvaldo Quiroga ha recibido un reavivamiento al insípido programa que sobrevuela asuntos de libros en la cada vez más desvaída pantalla de Canal 7.

Por “razones de grilla” su programa, “El refugio de la cultura”, fue levantado junto a “Los Siete Locos” de Cristina Mucchi.

A poco de tomada la torpe medida, el propio gobierno nacional tuvo que actuar de bombero socorrista para apagar el incendio. Para colmo de males, la cosa de la cultura se pondría especialmente combustible por esas horas ante las declaraciones impensadas del secretario del área, Torcuato Di

Tella, empeñado en superar a su hermano en eso de producir infortunios verbales.

Nunca tanta gente volvería a enterarse de la existencia de un programa de televisión que jamás había visto y al que jamás le rendiría su voluntad de verlo. Sucedió que la impericia levantó el programa sin medir las verdaderas razones por las cuales ese programa existía. La razón era por demás de sencilla, era un programa de libros que nadie ve, el ideal de la cultura refugiada, de y para pocos, y que toma merienda en “El refugio de la Cultura”.

Que se vea casi nada garantiza su exquisitez y da dos razones a los fabricantes de razones únicas. La primera razón es la ya dicha, la cultura es de una élite, ingresar a ella demanda atravesar los precintos que custodian los Quiroga con su derecho de admisión en ejercicio. La segunda razón es la que esgrimen los adictos a los ratings, la cultura es aburrida, y lo que no divierte no llega.

Si los autores de la primera parte del papelón hubiesen reflexionado o hubiesen tenido conciencia sobre la existencia de estas dos razones habríanse ahorrado el inútil escarnio al que se sometieron y sometieron a otros casi inocentes.

Por la primera razón el programa no se debía levantar, pues pasaría lo que pasó. Por la segunda razón debería hacerse alguna cosa con ese programa horrendo, invisible, pésimo programa de radio con sobreabundancia de cámaras de televisión conducido por un lector de solapas, o mejor metaforizado, un visitador médico de editoriales, como dice mi amigo Asurey.

Y lo que debe hacerse en estos casos es más. Nunca menos. Por ejemplo: otro programa de libros. Pero de televisión y bien hecho. Que pueda demostrar en los hechos, y en los hechos de la televisión, que la cultura no es aburrida ni necesita refugios, que se puede hacer un programa de libros que la gente no solo pueda ver sino que hasta quiera ver.

Claro que eso es lo tercero. Lo tercero que rara vez se hace.

-----

Mauro hace una entrada a “la chica”, la “movilera”. Coló en la agenda de esa tarde el asesinato de un muchacho practicado por su futuro suegro, o algo así. Un crimen demencial o pasional, poco importa, puesto que sólo está ordenado a satisfacer una curiosidad vulgar de una audiencia que, a esa hora, está mejor y más dispuesta a consumir esgrima de grisines por parte de un par de homosexuales que ya se encuentran en piso, prestas las uñas para hacer centro en el pequeño coliseo del set.

Pero hay que cortar, vender y seguir, y Mauro sabe bien de esa pisada para redistribuir el juego, como un cinco de los de antes. Como Ratín. Pisa, pega la vueltita y a empezar de nuevo.

La “chica”, la “movilera” tiene nombre, pero no lo recuerdo. Mejor. Para esto y para ella.

Mauro la cita, la concita, la sitúa en el pecho mismo de la pantalla. La vende como: “estamos en contacto con X, quien se encuentra en la casa del muchacho asesinado....hay novedades, estamos allí.... X, ¿qué hay de nuevo para contar?”

La chica X, la X movilera ya está en un recuadro de la pantalla. Rígida y expectante. Podría jurar que unos segundos antes se había alisado el suéter, girado el cuello en redondo, gimnasia de relax imprescindible para enfrentar el desafío de la cámara, del vivo y del directo, del ojo insondable de la gente. Podría jurarlo, pero no lo haré.

Si, Mauro- anima, previo a lanzar una catarata de afirmaciones respecto de lo ya sabido y asegurando que, unos segundos antes - por esa puerta -, y la cámara enfoca una puerta - acaba de pasar la novia del occiso, a la sazón la hija del presunto asesino.

La cámara panea vertical una puerta. Una puerta que es eso, una puerta, con la forma y la textura y uno de los tantos colores que puede tener una puerta. Una puerta que parece presentada como la puerta de una verdad que aún no ha sido revelada. Pero debemos ser consecuentes con la sensación de inmediatez, debemos ser capaces de percibir el aura dejada por el pasaje de una protagonista de la historia que no nos cuentan. La televisión y nuestro tiempo invertido en ella se lo merecen.

Luego volvemos a piso, a la pelea de putos, a la siguiente pisada de Ratín, a la vuelta y al volver a empezar.

Pues es bueno que no te digan nada nuevo sobre algo que no interesa y que te lleven de vistas a un lugar que no importa y en el que se presume nada ha pasado.

Siempre nada a la vista es mejor que algo que no se puede ver.

-----

El contagio de las modalidades del periodismo de espectáculo y deportivo es otra de las rutas tomadas por la deformación profesional.

Los deportes son, aún con su evidencia y su eventualidad, asuntos de apreciación. Suele decirse que el Boxeo es fundamentalmente un deporte en el que, de no mediar el K.O, resulta de la pura apreciación. Pero este principio recorre casi todas las disciplinas deportivas. La misma riqueza de los hechos que pueden observarse posibilita el desarrollo de las opiniones y de los comentarios que no por abundantes son más precisos y certeros.

El periodismo en general toma esta modalidad sometiendo muchas veces la aplicación de la lógica y del pensamiento al mero comentario de los hechos observables luego de una inocua pero esforzada selección.

Así, la indumentaria del presidente, la cantidad de comunicaciones telefónicas que se dan entre el ministro de economía y el primer mandatario, el hecho de que se haya trasladado el secretario desde aquí hasta allá y desde allá a acullá, que haya desarrollado tal actividad luego de desayunar a la "americana", pasan a ser los asuntos que le dan certidumbre y fundamento a los comentarios que a se darán sin ninguna sustancia ni ningún fundamento.

Estas "noticias" referidas a "hechos" vienen a reemplazar el esfuerzo lógico y de pensamiento que implica, por ejemplo, entender quienes negocian qué cosa, cómo se negocia, por qué razón cada quién toma una postura y como resulta el proceso de esa negociación.

Esta especie de razonamiento que rara vez es requerida al periodista deportivo pero que resulta de permanente

necesidad para cualquier otro sector del periodismo se encuentra sino extinguida al menos en fatal vía de extinción.

Curiosamente y casi paradójicamente es en el periodismo deportivo en dónde se encuentra (al menos en la Argentina) las mayores cuotas de esa capacidad de reflexionar, combinar y contrastar hechos, relacionar ideas, analizar procesos y producir explicaciones.

En el periodismo político, con materiales menos maleables al tratamiento de la imagen, la estupidez comienza a reinar casi con obscenidad.

-----

La televisión ocupa el centro. Es decir la imagen, pretendida quintaesencia de lo evidente, de la verdad ineluctable, ocupa el centro del campo periodístico. Se pavonean con idiotéz diciendo que el encubrimiento y la mentira tienen mayor posibilidad en el periodismo escrito y aún el radial que en el televisivo. ¿Por qué? Pues porque “en la televisión hay que dar la cara”.

Esto nace de la fatal equivocación de creer que los ojos (lo aparentemente más revelador de la cara) son el espejo del alma, una equivocación fatal heredada de la tradición hispana.

También este error acuñado en al cultura occidental tiene base en una falacia con origen oriental, el cuento chino de que “una imagen vale más que mil palabras”, increíble ocurrencia asignada no menos increíblemente a Confucio.

La imagen visual es por cierto y por el contrario, infinitamente más imprecisa y por lo tanto menos elocuente que la proposición lógica más elemental. El pensamiento lógico se expresa por proposiciones y relaciones proposicionales para conducir al pensamiento por caminos seguros. La verdad es alcanzada aunque sea parcialmente luego de atravesar metódicamente todos los engañosos laberintos de las apariencias. O al menos casi todos.

La imagen visual es una maraña de ambigüedades, solo es leída desde la totalidad de su contexto, o con el soporte adicional pero esencial de la palabra escrita o dicha (los epígrafes de las fotos, los videograf de los noticieros televisivos

y las voces de los presentadores otorgándole sentido a la secuencia del video) a riesgo de caer irremediabilmente en lo difuso o en la interpretación contraria.

Abundaremos en esto, puesto que se ha constituido en una supuesta discusión entre medios. La televisión está siendo acusada de carecer de capacidades informativas a partir de esta preeminencia de la imagen en la cultura contemporánea. Aquí se piensa de manera diferente. No se trata de las posibilidades de un lenguaje, se trata mejor de la centralidad de ese lenguaje en la construcción simbólica, una centralidad que ya hemos advertido en otra parte, ya no se sostiene.

Dicho de otro modo, no es la televisión *per se* la inepta de ofrecerse con capacidad informativa, es su voluntad de poner solo en juego su rasgo diferencial respecto de los otros medios: la imagen.

La televisión es imagen, dicen. Podrá ser, si la televisión decide esta castración de sus posibilidades en función de la competencia con los otros medios, allá ella. Pero la información no es sólo imagen, y la imagen no es solo lo que la televisión puede brindar informativamente.

La diferencia de la televisión con los otros medios no es la imagen, no es la diferencia en el sentido de la resta, en el sentido de lo que los otros no tienen. La televisión puede englobar sonido, imagen y texto, es decir es un complejo de discursos simultáneos y/o consecutivos.

Esa es su diferencia esencial y no su diferencia diferencial, si hacemos valer esta redundancia.

La televisión no aprovecha la totalidad de sus posibilidades por una multiplicidad de factores de los cuales damos en este trabajo un importante número: el carácter abúlico de las audiencias televisivas, el temperamento del agente social mediático dicho de otra manera, la competencia en el seno del sistema mediático entre los distintos medios, la homogeneización de la competencia televisiva, etc. Pero la razón básica por la cual la televisión se restringe en su potencial es su inmersión en la cultura de la imagen, que es una cultura de la totalidad social, no de la televisión, aunque la televisión haya sido uno de los principales agentes formadores.

En 1994 Ruanda cobró desgraciado protagonismo con lo que los medios occidentales presentaron al mundo como genocidio y limpieza étnica. Las poblaciones tutsis de ese país habían sido masacradas por los hutus, enemigos históricos e irreconciliables.

El número de víctimas, que bien pudo haber alcanzado la escalofriante cifra del medio millón como el millón también, fue el que facultó el tratamiento preferencial otorgado por los medios.

No vamos a detenernos aquí en algo que es una constante en el tratamiento informativo de las noticias que se llaman “del exterior” o “internacionales” en los diferentes bloques de Occidente. La superficialidad caricaturesca y el moldeo y la repetición que se le otorga en Latinoamérica contrasta en Europa y EE UU con la visión etnocéntrica y el filtrado de toda la información según categorías únicas. En cualquiera de los dos casos, y en la mayoría de los medios, el tratamiento informativo del “exterior” es limitado, ramplón y folclórico. A excepción de grandes diarios todos cumplen con el rito de “saber lo que sucede en el país y el mundo” de la manera más económica y sencilla posible.

Si se le pregunta a un lector qué sabe sobre el conflicto en la zona de los Balcanes, o sobre la situación afgana luego de un año tras el atentado a las gemelas, poco podrá responder, aún cuando cada día se publican y se dan “informaciones” sobre ambos casos. La imperfección, o directamente la imposibilidad de la respuesta, no se debe a la falta de retentiva del interrogado, sino a lo anodino de las informaciones publicadas y a la falta de contexto interpretativo de los hechos que se distribuyen a través de las agencias noticiosas. Son muy pocos los periodistas expertos en cuestiones internacionales y muy poca la riqueza informativa habida cuenta del supuesto escaso interés que ellas despiertan, según suponen en las redacciones de los medios. Lo que se hace es llenar el espacio, cumplir con la cuota, es decir respetar los términos estéticos del producto integral que se entrega a las audiencias.

Aquella vez, que fuera la última vez de Ruanda, la información hacía pie en genocidio, limpieza racial, persecuciones y refugiados. La televisión, como cualquier medio, pudo haber hecho más cosas como para explicar semejante número de muertos, pero prefirió seguir saltando sobre las piedras ya instaladas por las agencias internacionales que

hablaban de genocidio, limpieza étnica, persecuciones y refugiados.

Había pocas imágenes de las sangrientas acciones, tomas lejanas y poco elocuentes, viciadas de las imperfecciones de los registros militares. Los escuetos relatos, y las referencias de videograf, se montaron entonces en diferentes tomas aéreas que mostraban gigantescas caravanas de hombres, mujeres, niños y animales, desplazándose por el terreno desértico. Esos relatos y esas inscripciones continuaban narrando la desgraciada suerte de las víctimas y de los refugiados. Se supo después que las imágenes que vio el mundo no pertenecían a las víctimas sino a los victimarios. Eran los hutus que se trasladaban a ocupar el territorio que había sido arrebatado a los tutsis y otras poblaciones que cayeron bajo el rigor de los macheteros.

Los diarios y los reporters de otros medios se dedicaron a posteriori de profundizar el conocimiento del “malentendido”, pero sólo a favor de burlarse de la torpeza televisiva y, los más profundos, a dar en el episodio el fundamento de que no puede pedírsele a los telediaros más de lo que estos pueden ofrecer desde el punto de vista informativo.

Y advierto esto, porque tampoco el resto del sistema mediático hizo las correcciones necesarias al curso informativo por razones que cada quien sabrá, pero que van desde los intereses específicos de países como Alemania y Francia en el foco del conflicto hasta la ya mencionada relevancia de cotillón que se le otorga a las “exóticas noticias internacionales”.

Lo verdadero es que la monstruosa matanza poco tuvo que ver con “limpieza étnica” toda vez que se trata (aún se trata) de un conflicto social de clases/castas de corte posmedieval como hacía siglos no atestiguaba Occidente. Un conflicto que además, había tenido desde 1956 una media docena de antecedentes. La democracia sobrevenida puso a la mayoría hutu, campesinado en estado de servidumbre, en una posición impensada respecto de sus amos tutsis. Eso fue todo. Reasignación de poderes y venganza. Nada que ver con lo étnico, ya que el origen egipcio de los tutsis y bantú de los hutus estaba permeado por unos cuantos siglos de cruza y mezclas. Solo la inmovilidad social mantuvo el esquema sobre el que estalló el conflicto histórico. Y con esto digo nada sobre un tema de extrema complejidad pero que el interesado puede componer, con alguna guía, en la Internet.



Francia y Alemania, Italia, tanto como el resto de los grandes países de Occidente aprovecharon para ejercitar su capacidad de horrorizarse ante la “irracionalidad” y la “barbarie”, con lo que las piedras de limpieza étnica y genocidio y el medio millón o el millón de víctimas aportaban hechos fuertes al propósito.

Los doce millones de muertos en el África durante el último cuarto del siglo XIX y el primero del XX, con centenares de etnias desaparecidas, es decir centenares de especies humanas cuyas condiciones genéticas ya no existen porque la supremacía europea, que terminaría con su expresión supradogma en el holocausto de la segunda gran guerra, tuvo decisión sobre su destino.

Esto que dije antes, y lo mucho que queda por decir, puede ser presentado a la opinión pública por cualquier medio, en el formato de cualquier género, sin otra limitación que la propia capacidad del relato. Y con soporte en millares de imágenes de archivo, centenares de testimonios de historiadores e investigadores, miles de crónicas antecedentes, docenas de enciclopedias convencionales o virtuales.

Es decir, puede ser presentado a la opinión pública a sola voluntad de informar. Una voluntad que se pierde un segundo antes de la desaparición del periodista.

-----

Era época de cables, de cables en papel, de agencias noticiosas y de teletipos. Eran otros tiempos, los primeros tiempos de los últimos tiempos.

El negro Penna había sido primero la voz del mediodía, una voz con olor a churrasco y sedosa textura de puré de papas. Un timbre noticioso que decretaba con letras variadas del ámbito nacional e internacional la hora de salir para el colegio. Turno tarde de tren Lomas-Constitución, marcada por el tono de la voz del negro Penna y rematada por el seseo dictatorial de un perro sin dientes, un celador sin celo, de apellido Damoso en el Nacional Rivadavia, preámbulo de otro turno y otros tiempos en el Nacional de Adrogué.

Una voz sin nombre entonces, y que cobraría nombre cuando el negro Penna, Edgar Penna se convirtiera en su jefe de informativo. Década del 80, radio Splendid.

Era época en que la urgencia informativa ya existía. Un apuro mayor que el de las dos décadas posteriores, porque los periodistas tirábamos de carros, la tecnología disponible dejaba muy poco margen para el error, resolvía muy poco, se corría delante de ella y, a fuerza de formación y conocimiento, se tapaban sus baches.

Así, sin Internet para la consulta, el negro Penna pontificaba- no digan histérico...no existe el histérico, llámenle de otra manera a esos pelotudos...histérica viene de histere, que significa útero...las histéricas son más respetables que esos putos.-

Con esas calidades, con esas experiencias-conocimientos, los periodistas completaban las deficiencias de la tecnología, se hacían imprescindibles, supletorios, complementarios y decididamente operadores semánticos.

Los operadores semánticos están siendo reemplazados por reproductores mediáticos, una fórmula ciborg en la que lo importante es la tecnología y el periodista resulta ser sólo uno de sus soportes.

Pero esa tarde se venía el panorama de las seis y él había estado demasiado ocupado haciendo entrevistas telefónicas en la recorrida por la agenda política. Tanto le apasionaba el tema que se olvidaba de los corsetes que el modelo "panorama" tenía como exigencia según el respeto por la costumbre de la audiencia.

Desesperó. Solo faltaban tres minutos para que comenzara "el pan de las seis". Confesó y bramó por auxilio. Creyó que esta vez, ante la calidad de su trabajo podría haber una excepción, las notas del panorama eran muy buenas, y él resultaba ser siempre su peor crítico.

-Penna – confesó suplicando algo que no sabía que era – me faltan dos títulos del exterior para el panorama. La cablera no tira nada desde las dos. Con el material que tenemos nos arreglamos para cubrir la hora. ¿Levantamos internacionales?- cerró a la espera de que su "solución" fuese tal para su "problema".

El negro no abandonó la lectura del horóscopo anual de Horangel y sobre la vuelta de página indagó con deliberado desinterés: ¿Qué te falta?

-Dos títulos internacionales...para cubrir el bloque de entrada...-

Penna se mesó la cabeza engominada....- Anotá – casi gritó- el Papa abogó por la paz y sigue el conflicto en medio oriente.- Y cerró el diálogo al tiempo de reabrir el libro de Horangel en temas más predictivos y menos predecibles que el de una noticia de informativo radial.

-----

Hubo una traslación de centros en sólo treinta años. En los que van de 1965 a 1995.

Sobre mediados de la década del sesenta, una televisión joven ganaba palmo a palmo la centralidad de todo el sistema mediático. En esa televisión lo periodístico era en el mejor de los casos supletorio, aledaño, complementario. Claro que importante y respetable, casi la locomotora que arrastraba a toda la programación televisiva.

Las restricciones de los horarios de la televisión, su relegamiento a los tiempos del ocio social y del descanso, frente a la “permanencia temporal” y la ubicuidad de la radio y de los medios gráficos, ponían a la tele fuera de la competencia en la tarea informativa, a la que llegaba tarde irremediadamente, y remedando, imitando pobremente los recursos de los otros medios informativos.

La radio anticipa, la prensa escrita comenta y la televisión, cuando puede, lo muestra. Así rezaba el apotegma medial de hace treinta años.

Ese “cuando puede” fue de menor a mayor. Y finalmente mostrar fue mejor que informar, e hizo casi innecesario los editoriales que no surgieran de la baratura de los comentarios superficiales e impunes y constituyó a la televisión en la catedral de la primicia, del anticipo y de la inmediatez.

Esto fue posible a partir sí de los desarrollos tecnológicos que dieron lugar al tiempo real y a “el vivo y a la vista”, pero

también por la capacidad de la televisión de alimentar el perfil del nuevo consumidor de “noticias” que se iba formateando al mismo tiempo que los nuevos géneros periodísticos que la televisión producía.

Pero eso fue después, casi al final, sobre el presente.

La noticia, lo periodístico, le daba a la televisión una oportunidad futura de ser considerada, en un tiempo relativamente corto, un medio de comunicación serio. La miel sin embargo se cargaba en la función del entretenimiento.

Esa miel tiene panal en la experiencia de la radio, que es la que aporta su material humano y su cultura mediática a la televisión. No hay actores en la prensa escrita sino los del folletín. La radio le da cotidianeidad al glamour del cine, a la fantasmagoría del espectáculo. La radio amplía al sujeto de la industria cultural, hace multitudinaria la ansiedad del consumo de la cultura para las masas. De ese filón cultural e ideológico nace el carácter televisivo, el temperamento mediático de la televisión. Es el principio del fin, la finalidad inexorable. La fatalidad.

-----

La base moral del **homo médium** es el desconocimiento del fraude del que es actor principal.

Hay un derecho que no sabe de dónde le nace que lo autoriza a engañar sin conciencia del engaño, a dañar sin responsabilidad por el daño.

Es la moral que le confiere un poder que siente le ha sido asignado desde la divinidad del supermediador: los mass media. Se sienta a la mesa de la entrevista a hacer el rol de inquisidor bajo las mismas premisas que ordenaban la escena de la original inquisición: los supuestos del juicio.

Los supuestos del juicio son los que se exponen en la escena. Alguien juzga con derecho, alguien es culpable y se le enjuicia es decir, se lo expone a juicio, se le carga el juicio.

La verdad le preexiste no sólo al juicio, sino a la escena del juicio que ya está construida con las articulaciones de esa verdad. Cuando sentaban a alguien frente a los jueces de la

inquisición lo que ese alguien sufría no era un juicio injusto, sino la escenificación de la sentencia, el acto ritual de la condena.

La justicia, como la verdad misma parte de los supuestos del juicio, ya está establecida. Cualquier político, por caso, es culpable aunque se demuestre lo contrario. Es, no ya la inversión de la prueba, sino su eliminación.

Antes nada debía darse por supuesto, ahora todo debe pensarse ignorado, salvo las premisas de la relación con las audiencias. Para un periodista cada idea debía, en los tiempos del imperio de Clark Kent, ser explicitada como si el lector careciera de todo conocimiento sobre ella. Esto traía enojos y cierto rechazo. Eran tiempos en que el lector sí tenía mucha idea sobre los temas que se planteaban. Claro que ese enojo no trasponía ninguna barrera puesto que se había establecido que todos debían tener derecho a saber de qué se les estaba hablando.

Cuando el supermanesco Homo Médium entró en escena, la responsabilidad de explicar el propio conocimiento quedó suspendida. Nadie tiene la obligación de fundamentar sus planteos, y mucho más acá de las ideas, nadie tiene por qué asegurarse de saber qué cosa y cómo la está diciendo. No hay impunidad pues no hay delito. No hay error pues sólo hay ignorancia.

Lo único que debe ser considerado hasta la adoración es el lugar común, la vulgaridad y el “pensamiento de la gente”. Estos mandamientos no resisten violaciones. Ya no es que los pueblos nunca se equivocan, ahora es que la verdad es un acuerdo entre “la gente” y el **homo médium**.

-----

La niña es bella. Odiosamente infantil esa belleza, una máscara de una infantilidad odiosa.

Tal vez Grondona la consideró un dato más a sus resignaciones de forma, las obligadas resignaciones que se le imponían desde los requerimientos del rating. Lo mismo que el beso con Moria, o el análisis del cenicerazo de Susana. Tal vez.

Pero lo cierto es que ella estaba allí, esa noche, junto a la otra versión genérica de su impertinencia: Carnota.

El chico es apuesto, los ojos desmesuradamente abiertos no alcanzan en su apertura a mostrar siquiera el menor brillo de la inteligencia. Lo que no está no alumbraba. Cumple allí la misma función que ella. Son centros de mesa actuantes, canarios, coloridos loritos parlanchines. Y como los cuzcos, garroneros de la impudicia que los políticos en general no quieren resignar. De allí arrebatan su pedacito de gloria, efímera, lastimosa, con el sabor carroñero que se llevan en la boca los profanadores de tumbas.

Esa noche estaba Schuberoff.

Schuberoff era el entrevistado.

Los escandaletes videograbados con pericia de cineasta en la UBA, y las denuncias llovidas desde la legitimidad y el interés ilegítimo, habían puesto al rector de la Universidad Nacional más importante de la Argentina en el centro del interés.

Allí había un juicio, la ceremonia de un ajusticiamiento. Y bien que si a esa mesa de la entrevista se hubieran sentado periodistas Schuberoff no se habría convertido en un mafioso entregándose a la justicia para que el hacer de la mafia continúe. Pero esa noche allí había sólo televisión.

Las preguntas sobre el patrimonio del rector habían rebotado contra la improbabilidad del chisme que las fundaban. Schuberoff tenía ese patrimonio desde antes de ser rector. O más o menos.

Pero el asunto de fondo era su estada perenne como rector. Demasiados años. Dice la preceptiva que los únicos que pueden durar in eternum en sus cargos son los periodistas. O al menos así debería ser.

Schuberoff no era periodista. Era un funcionario que se había “enquistado” en la universidad desde hacía una eternidad, desde el mismo momento de la restauración democrática.

Pero, a pesar de la frescura con la que el rector se sacaba los cargos, nadie perdía la paciencia. Y eso era porque la bella tenía el as de la victoria en el dobles del escote. Allí, cerca del cerebro.

Le escupió la pregunta incisiva, más que incisiva canina:

Digamé Schuberoff ¿usted no cree que sería mucho más democrático si el rector de la Universidad fuese elegido por el voto directo de los estudiantes?

Grondona debió haber empalidecido. Intuyo, pues la cámara no lo tomó. Los claros ojos del rector se llenaron de unas lágrimas que eran producto de esa in conjugable emoción que llamamos estupor.

El silencio fue un silencio de huesos. Las tumbas de los reformistas del año dieciocho trepidaron. La autonomía universitaria había sido sepultada en un solo acto bajo la impávida mirada sin rimel de la interrogadora, doscientos metros más debajo de los escombros de su ignorancia.

¿Qué explicar? Mejor una respuesta elegante como la del rector: Mire señorita, evidentemente parecerá muy democrático, pero es un disparate.

O mejor aún, una evasión por el camino de la conmisericordia:

¡Bonita!

-----

Un hecho puede cobrar dimensiones insospechadas con el debido contexto. Probablemente hasta aquí ya lo hayamos demostrado. Un hecho real y constatado/constatable es la piedra de apoyo de un edificio que tiene base en otro lado. Bases reales digo, bases que se encuentran inclusive en la experiencia del común de la gente.

El traslado improcedente del edificio le ha dado al hecho una significación trascendente a su insignificancia, o a su significancia, sea la que fuere.

Pero hay otro juego contextual también frecuente en el periodismo de Lane, en el periodismo de Withe, en el periodismo que no es el periodismo de Clark, en el periodismo de hoy y de hace un rato; se trata de la sobreinformación.

La sobreinformación no es un solo juego de contextualización contrario al de la subinformación, es un kit, un combo. Viene en tres formatos.

Primer caso: un hecho tiene su propio contexto y su propia significación, su entidad y su importancia, sea la que fuere. Pero se lo descentra ampliándole el contexto. Es decir se le quita relevancia a partir de la sobreabundancia de datos colaterales, tangenciales y accidentales.

El árbol informativo, de pronto, deja de tener tronco. Hay una maraña de enredaderas y ramaje, lianas, parásitos, arbustos y renovales que no permiten distinguir la centralidad de ese tronco que sostiene la totalidad de la estructura.

Una mirada desorganizadamente analítica produce la distracción respecto de las notas esenciales que el hecho trae consigo. Lo que resulta evidente por la nitidez y la elocuencia del hecho central, pierde nitidez y elocuencia por la descentralización del hecho, por la aparición de una andanada de "informaciones complementarias", que no complementan y que no informan.

El hecho está perdido como un niño en la playa.

Y nadie aplaude.

El periodista y corresponsal de guerra polaco Ryszard Kapuscinski lo presentó de esta manera: "Habría que entender que una cosa son los hechos y otra es la verdad. Contar en media hora muchos hechos no es necesariamente entregar la verdad de los hechos. Una información objetiva, es explicar lo que pasó, la importancia que tiene para la sociedad. De lo contrario, se entrega mucha información que no dice nada. Y cuanto más información se da, el receptor menos entiende".

Otra especie de sobreinformación es la que consigue darle a un hecho un rango que no tiene y que no puede tener.

Todos los días leemos, vemos y escuchamos, ejemplos claros de la técnica de la desproporción.

Sin ser patrimonio de la televisión se advierte como las comparaciones han perdido en el sistema mediático el carácter de odiosas que alguna vez les asignaba el adagio.

Ahora, por el arte de la voluntad caprichosa de asociación de algunos periodistas, cada cosa es comparable con cualquiera otra, sin dimensión de categorías, sin distinción de naturalezas,



sin consideración de jerarquías. Será la propia condición del sintagma informativo, que se mueve en la continuidad insoluble de los videoclips y que avecinda en el mismo cuerpo del noticiero la violación de menores y el carnaval de Gualeguaychú, y por el sólo arte de “darle un giro al ángulo de la información”, o por lo que fuere, lo cierto es que el establecimiento de paralelos no reconoce ningún obstáculo a su desenvolvimiento ni siquiera la irracionalidad.

Esta nueva derrota de la lógica abona el campo en el que se dará prolífico el orégano de esta segunda especie de sobreinformación.

El asesinato de una persona conocida a través de los medios cobra el tratamiento de un magnicidio. Los mecanismos son simples, se trata de asociación directa sin análisis de las categorías ni las naturalezas de los términos comparados. No es la Biblia llorando contra el calefón. Es una Biblia feliz apoyada contra un magnífico y funcional termotanque. De esos de recuperación rápida. Y sin contenido ni contraste, la instalación es aceptada por una audiencia acostumbrada ya a la continuidad sin ninguna solución.

La tercera forma de la sobreinformación es la más común en estos tiempos. Aquí el contexto es caótico, necesariamente caótico en razón de que el soporte de la interpretación es un clima emocional previo en las audiencias y no, como en los tipos anteriores, su contexto. Ese clima emocional previo sostiene toda la estructura y, generalmente, es producido por un hecho que debe tener cierto portento.

Es imprescindible entonces que el hecho original tenga su importancia puesto que desde allí, desde el clima emocional generado, se desarrolla la práctica sobreinformativa, una especie de “cartapesta”, una agregación constante de retazos inconexos que adhieren a la superficie del “relato” por la adherencia que le confiere el clima original del hecho central y disparador.

-----

Ramallo había estallado bajo la silla de Duhalde.

Después se dirá (cuando ya Menem y la Alianza hubieran logrado el propósito de la derrota electoral del bonaerense) que

al hombre de Lomas de Zamora le habían tirado muchos cadáveres en las puertas de su gestión.

Pero cuando lo de Ramallo, estaban en vigencia las afinidades de intereses entre los principales medios, la Alianza y el menemismo basal.

La cantidad de Walkies Talkies utilizados por la policía bonaerense, si dos o tres, se convirtió durante una media hora en un problema insoluble en Día "D" programa conducido por Jorge Lanata.

Jamás se explicaba un algo que debería deducirse de la diferencia en el número de aparatitos. Pero allí había un problema. Debía haberlo porque se insinuaba construido por las emociones igual que las amenazas que aterran en las sombras a los niños en los desvanes.

Unas miradas detrás de las cámaras de Lanata mientras la pregunta sin respuesta se perdía en los silencios de los pasillos y se arrastraba por los tejados para perderse en una oquedad absoluta. Esa mirada que hurga detrás de las cámaras se la he visto también a Elisa Carrió, antes, durante y después de las cajas que nunca desaparecieron de su misterio.

El clima sospechante y la teoría de la conspiración hacen el resto. Algo anda mal allí. Alguien está haciendo algo muy mal y nos está perjudicando. Podemos continuar haciendo agregados, llamadas telefónicas, fragmentos de respuestas de personajes, inclusiones de nuevos participantes, estimaciones de especialistas, aún cuando estos no tengan material sobre el asunto. Y plantearlo todo sobre una mesa evaluadora, de composición variopinta e "interdisciplinaria".

En el caso García Belsunce, en una mesa de estas características y mientras el conductor trazaba diagramas sobre una pizarra en la que horarios, distancias y declaraciones bailaban la danza de las especulaciones, una periodista de espectáculos, atinó una pregunta que se notaba peregrinando desde el fondo de su inteligencia: ¿Cuánto tarda en enfriarse un cuerpo?

Imaginé que se llamaría el concurso de un meteorólogo y un patólogo para que, de consuno, calcularan el tiempo de enfriamiento de un cuerpo de una edad determinada respecto de la temperatura ambiente, descontadas las condiciones térmicas del interior de la casa, siempre tomando referencia de los 36 y

medio grado promedio que solemos tener los seres humanos vivos. Sin embargo eso no sucedió. Tal vez fue un milagro, o quizá simplemente no la escucharon. Pero quedé con las ganas de saber para que se emplearía ese dato, la velocidad de enfriamiento, en la evolución de ese escrutinio.

Hace unos cuantos años, con precisión en 1972, el gobierno de facto del General Alejandro Agustín Lanusse contaba con la colaboración vaya a saberse en qué condiciones de contratación, de un personaje que desde la Alianza Nacionalista hasta los servicios de inteligencia israelíes, supo interpretar la importancia de las operaciones de opinión frente a cámara. Por entonces su misión era desacreditar a Perón ante la inminencia de su regreso. Una decena de años después, ya con el muñeco mediático archireconocido por las audiencias, Guillermo Patricio Kelly volvió por sus fueros y, en esta oportunidad, realizando operaciones que insinuaban las relaciones entre el peronismo, los sindicatos, la mafia y las organizaciones súcubas del proceso militar.

El mecanismo de Kelly es del tercer tipo de sobreinformación.

¿Qué tiene que ver Lorenzo Miguel con Aníbal Gordon? – le inquiera Bernardo Neustadt – Aclare Guillermo por favor.

La respuesta no llega, tal vez porque no la haya, o porque no es conveniente. En su lugar Kelly incorpora un nuevo nombre, un personaje, pero en él, sin que haya afirmación de nada queda respondida la pregunta afirmativamente.

Pregúntele a la mucama de Gordon, hable con el secretario de Miguel y que le diga a quien va a visitar todos los jueves a su oficina de la calle La Rioja.

Neustadt no repregunta, y la historia sigue un curso con música de intriga, pero que sólo quiere lo que consigue: continuar sosteniendo el clima anímico de la sospecha. Ningún conocimiento, ninguna letra de una nueva denuncia, sólo su música y su emoción.

-----

El destino original de la actividad de prensa era el ciudadano.

El ciudadano: esa indeterminación, ese modelo utópico, ese colectivo-individuo que producía el fenómeno que se constituye en el lugar sin lugar y sin tiempo en donde el periodismo debe alojar el resultado de su trabajo. Para eso trabajamos, a eso nos debemos. Lo llaman opinión pública. Es un sitio.

Hubo un instante que se prolongó hasta el presente, en el que se dio una terrible confusión. Una confusión que resultó ser una de las dos grandes confusiones del periodismo. Pero de eso les diré unas líneas adelante. Sólo anticipo que esa confusión es la de creer que opinión pública y audiencias son la misma cosa.

La audiencia.

Esos condenados melindrosos, volubles, ignorantes...y deseables.

Bien. El periodismo actual, quizá como nunca en toda la historia de occidente, se resigna al sometimiento de los caprichosos y variables humores y apetitos que se le asignan a las audiencias.

Lo que nos interesa aquí es destacar que esa pleitesía rendida, y ese plusvalor asignado a las audiencias han provocado más y más deformaciones al perfil profesional del periodismo que las transformaciones naturales que se le asignan a la aparición de nuevas tecnologías de la información.

¿Cómo? Sencillo, la cuestión de las audiencias ha sido gradualmente una cuestión de número mucho más que una cuestión de tipo o calidad de público. Sobre todo cuando las publicidades de productos de consumo masivo ocuparon centralmente las pautas de los medios. No importa si después esto ha sufrido variaciones haciendo que no necesariamente el número de las audiencias determinara el ingreso de la pauta publicitaria. Lo que importa es que, en rigor, las audiencias son valuadas por su número. El raiting, las mediciones diarias de audiencia y las mediciones de circulación se mueven indefectiblemente bajo ese patrón. De esta verdad de Perogrullo salto a la cuestión que importa aún más: el pasaje del periodismo a género mediático.

En efecto, el funcionamiento del periodismo dentro de los medios en estas condiciones de competitividad que propone el modelo de los ratings, ha convertido al periodismo, que fuera

garantía del derecho a la información, en una secuencia más de programación y, en consecuencia, en un producto sujeto a las mismas reglas productivas que el resto de los productos de la industria cultural. Nada debe extrañarnos dado que los ideólogos patólogos del modelo del capitalismo tardío han festejado este poder homogeneizador del sistema que extremó esta característica al terreno de la salud y de la educación.

Es en esta nueva naturaleza entonces que el periodismo sufre tan poderosa mutación. Los horóscopos y las recetas de cocina, las clases de tai chi chuang y los chismes del ambiente conviven en el hacinamiento de la pauta con los cada vez más anodinos panoramas internacionales y las noticias de la agenda diaria, con la información política sin cultura política y las crónicas cotidianas.

El número manda la tarea de sincretizar. Se supone que hay público para la información. Se supone que hay público para el entretenimiento. Se supone que yo puedo reunir ambos públicos frente a la pantalla del noticiero si reúno los contenidos que los convierten en audiencia. Así mejoro el número.

De igual forma las telenovelas y los programas declaradamente de entretenimiento invaden el terreno de la actualidad logrando (o al menos intentando lograr) concitar la atención de las audiencias que gustan de los modelos informativos. Es el número, una vez más.

El periodismo tuvo, dentro de su propio catálogo de géneros, formas en donde se complacieran los gustos por lo literario y se recrearan las emociones y el sentido de la estética, pero siempre fue desde sí. Las *aguafuertes* y los relatos de enviados especiales, el humor satírico, y las amplitudes que para el arte de la narración brindara el reportaje, permitieron desarrollar brillantemente ese requerimiento. Curiosamente, el sincretismo forzado por asuntos del mercado, debilitó fuertemente esta condición quitándole al perfil periodístico mucho de la exquisita veta literaria que tanto enriqueciera la profesión. Tal posibilidad fue reemplazada por las inclusiones en el modelo magazín de tartas de alcauciles y técnicas de quiromancia.

Peor aún es el hecho de que tal renunciamiento no significó la dedicación del periodismo a profundizar su tarea sobre los hechos. Ese relato también se envileció cargándose de formalismos y solemnidades rematadas en insufribles lugares

comunes, o bien trocando el proverbial cinismo adjudicado al carácter periodístico en la más ramplona de las hipocresías.

Esta resignación permitió invasiones sobre la profesión que de otra forma jamás se hubiesen producido.

-----

Georgina está envuelta en una bandera. Es un mástil móvil, o un Clemente sin el pañuelo de los cuatro nudos. Está enojada por la incautación de fondos que el Estado Nacional le propició a los ahorristas argentinos y que el mundo conociera con el nombre de “corralito”.

Putea. Georgina hace un editorial de indignación y solidaridad con su audiencia de ahorristas con la simplicidad de la puteada. No podría hacer otro. No tiene idea del millar de cosas que podrían decirse de ese invento de Cavallo que lo sobrevivió más de un año. Pero hace lo que puede creyendo que es lo que debe. No imagino que sus colaboradores directos puedan superar esa media, de manera que eso es lo que hay para hacer y se hace.

Georgina cree que está obligada con su público y está convencida además de que no hacer “alguna cosa” ante un hecho de tal envergadura y sensibilidad social la pone a riesgo de una indiferencia que pudiese ser juzgada como traición y connivencia con el poder.

Y tiene razón.

Poca.

También culpa.

También poca. Porque no ha sido sino esa metastásica demagogia de los medios, de la que ella es sólo un capítulo menor, la que ha formado a unas audiencias ávidas de definiciones por parte de todos los miembros de la gran troupe mediática.

Las ingeniosas opiniones del tipo de las de Moria Casán sobre los modelos familiares, la sociedad y el Estado, matizadas con tópicos de psicología, meditación trascendental y sexualidad, han ido formateando la costumbre de esas

audiencias de autorizar como válida y reputada cualquier opinión que de esa pantalla surja.

Esto se vio germinal y brutalmente durante el octenio del proceso cívico militar 76/83 en la Argentina. Casi diría que allí adquirió su modelo terminado y definitivo. Es la cultura de las dictaduras, la que debe reemplazar a la otra cultura, la que está sometida y acallada por la dictadura.

Por entonces las apariciones en los programas de la primera tarde marcaban el report de lo que era en particular la televisión y en general los medios desde el punto de vista funcional en esos tiempos fatídicos. Las incursiones de artistas de varieté y sus opiniones sobre lo que fuere, se acendrabán en los horarios "reflexivos" en los que la oportunidad de la noche de Neustadt nos ofrecía las opiniones laudatorias del cardiólogo Favalaro sobre la ejemplar figura histórica de "Yivadavia". Esa era la máxima altura del pensamiento.

No quiero ahorrarme el golpear. Pero si bien golpear en lo blando, no golpear en lo bajo. Yo no rompí las reglas y me siento en derecho de jugar con las mismas que se me impusieron en ese tiempo. Mientras esas voces se oían para decir sus naderías, miles de nombres que hoy no conocemos eran tragados por el silencio de las cámaras de tortura. Nombres que pudimos haber conocido, que tal vez tenían un destino para ofrecerle al destino de todos. Nunca lo sabremos.

Como en la secuencia interrumpida de la programación, los periodistas, el periodismo y lo otro que hay, son latidos del mismo corazón, Georgina, la periodista embanderada, ha hecho su editorial evitándonos todo pensamiento posible y consagrando la sensación generalizada.

Para que sea como vos sentís gorda, que pasa a ser la verdad, porque los buenos nunca se equivocan gorda...y vos y yo somos de los buenos....¿entendés?

Después, un poco después, Georgina debería pasearse por los sets de todos los programas constructores de la realidad para dar la cara por un contrato de 46.000 pesos, lacerada por los filos de la superficialidad con que se hacen las cosas que ella hace. La ignorancia, la inocencia o la boludes. Tres puertas para un posible escape.

Los hechos de diciembre de 2001 en la Argentina han dejado al descubierto muchos de los actos reflejos del sistema mediático que aquí se comentan.

Los acontecimientos, cuando superan la media de la previsibilidad, es decir cuando son realmente acontecimientos también afectan los modos del relato. Un balbuceo que fue desde la comprensiva legitimidad hasta el patetismo recorrió toda la línea de la producción informativa en las jornadas finales de ese diciembre.

De eso ya hablaremos. Pero debemos detenernos en este punto para descubrir un recurso sintomático: la apelación a las emociones para cubrir el bache informativo que, ineludiblemente, resulta del carácter inédito y sorprendente de los acontecimientos.

Digo acto reflejo con la intención de brindar una primera impresión destacando cierto automatismo que existe en las respuestas profesionales ante los hechos y la necesidad de su relato. Pero más ajustado sería decir “último recurso” puesto que la identidad del acontecimiento, su inedición, inhiben la utilización de patrones de producción probados, esas conductas afiatadas que dan como resultado una “noticia”. Cuando ninguna de las herramientas conocidas sirve para contar ese peculiar suceso (puesto que en realidad su novedad, su carácter original lo torna incomprensible) el último recurso es la apelación a la descripción de las emociones que atraviesan la realidad que se intenta narrar.

¿Por qué? Por dos razones.

En primer lugar la descripción de las emociones carece de compromiso con la precisión. El mismo marco emotivo que se describe habilita cualquier desproporción, pues quien narra es sujeto y objeto de ese marco. Por cierto que también estos permisos se extienden al manejo del “arte”, de la “retórica”, siendo que la emotividad faculta por sí a la más libre de las estéticas.

En segundo lugar, dados estos permisos, se tiene terreno abierto para la utilización de modos ya probados de hacer esa descripción. Ya hemos corrido jadeantes delante de la cámara, ya hemos quebrado la voz en el relato, ya hemos escrito frases poderosas montadas sobre caprichosas columnas



de adjetivos. Ya hemos sido obscenos con las imágenes y con las palabras. Lo hemos hecho corriendo detrás de un operativo policial, en una toma de rehenes o en la tranquilidad relativa de una sala de edición.

La emoción es incuestionable, corre con esa ventaja, nos protege con esa ventaja.

En diciembre de 2001 un gobierno enclenque se derrumbaba desde su propia impotencia. Sus últimas torpezas volcaron a la calle el caldero de postergación y miseria, de desconcierto y alienación que los diez años finales de la política argentina habían preparado. Una parte del periodismo testimonió como pudo los sucesos con una valentía que no fue debidamente reconocida. Estuvo en las calles, rodeado de verdades manifiestas con la violencia con la que suelen manifestarse las verdades. Corridas, balas, sangre, muertos, apaleados, represión y más violencia, gritaron su existencia en las cámaras, en las descripciones fotográficas y en las transmisiones en directo.

Otro periodismo, menos arriesgado, decidió que eso sólo era lo que había que contar.

De explicar nada.

Mejor era que hablasen la emociones.

-----

Me había tomado vacaciones. Trabajaba en el servicio informativo de Splendid. Casi promediaba la década del 80. Regresé imaginando que debía ponerme al tanto del acontecer. Suponía que medir el día a día me iba a reclamar una atención especial a los hechos de las 15 jornadas de sol impensado que, con la precisión de lo imprevisible, fueron menos jornadas y menos sol que lo pensado.

Pero me pasó lo que ya he dicho dice Rodríguez (Silvio): “Hoy leí la prensa, me pareció que ayer decía lo mismo.”

Me pasó que había pasado del hecho de que nada había pasado. La órbita de esa quincena se había dibujado sin ningún sobresalto, con la misma carga de azar y de aventura que puede esperarse del derrotero de un caballo de calesita. Me pasó, lisa y

llanamente, que cada ladrillo del escenario de la realidad que había dejado antes del bronceador (por entonces aceite de coco con yodo) reaparecía ante mis ojos con la plenitud del suceso, sin que nada hubiera sucedido, o para mejor exponer, sin que algo hubiese sucedido.

Pasaron años hasta descubrir que ese efecto, esa ilusión, estaban comprendidos y movidos por un deseo.

Nos sentamos frente a la televisión a la hora del noticiero, ojeamos superficial o distraídamente el diario, prestamos una atención módica a la radio y con todo ello completamos la sensación, más o menos sentida, de que estamos informados.

Jamás hemos reparado en el hecho de que la inmensa mayoría de las noticias consumidas poco o nada tiene que ver con nosotros. Ni en lo vivencial ni en la experiencia esos asuntos nos aluden, nos referencian. Hemos olvidado que un saber como el saber sobre el hoy, eso que llamamos actualidad, debería estar ordenado a una toma de posición, a una formación de opinión, a una disponibilidad de la conducta. No obstante la mayoría de los hechos que sustancian la agenda periodística, con sus formas y su manera de producir, se nos presentan sin otra razón que la de haber sucedido. Y lo aceptamos.

Y un tipo cultural como el que pretendemos ser, como el que suponemos que somos en nuestra condición posmoderna, un tipo que vive encogiéndose de hombros ante cada latido de su época, un ser que se jacta de su desinterés y sus anestias, contra lo esperable, contra todo lo esperable, se sienta a contemplar el día que le construyen los medios y a vivir la sugestión de ese relato como si se tratase de su presente.

Y al no tratarse de lo que pasa, al no ser el presente de lo que se trata sino de lo que se me hace presente a través de los medios, hago con el aporte del “grano de arena” de mi anuencia, la consagración colectiva del desierto mundo de la actualidad.

-----

Leyó en algún lugar que el tamaño del cerebro de los hombres era mayor que el de las mujeres. Había discutido el asunto con Lidia hasta que a ella se le ocurrió recordarle la inconveniencia que significaba para él hablar de cualquier asunto que se vinculase con el tamaño.

Esa mañana, mientras se clavaba las rigurosas dos medialunas de grasa dedicó esos pocos minutos de atragante a ejercitar el músculo del interés por “la información”. Era una cosa de todas las mañanas como la mañana esa, un ponerse en forma para las conversaciones fugaces e intrascendentes con las que se matizaba un trabajo empelotante y pletórico de frustración.

En el rincón de abajo, a la izquierda del diario leyó que el cerebro de las mujeres tenían una mayor número de circunvalaciones y que tal registro, dado que en esos vericuetos se alojaban las funciones del “bocho”, implicaba una mayor capacidad por parte del “sexo débil”. Lo de “sexo débil” le trajo a la memoria, por extrapolación, la imagen de las piernas de Inés, con quien había ya decidido emprender la charla de alto contenido científico a la espera de una mejor fortuna que la obtenida en sus arrestos anteriores.

Entre el tercero y el noveno piso, en el ascensor, a las puertas del delirio diario, trató de recordar los datos básicos con los cuales argüir a la hora del abordaje. Universidad, creyó que de Massachussets y si no lo mismo, grupo de investigadores, muestra sobre 300 casos...en fin, lo usual.

Tenía dos verdades de periodismo de divulgación científica. Una la del mayor volumen del cerebromasculino, la otra la de una superficie más trabajada, más rica y compleja en el cerebrofemenino. Cerebrofemenino y cerebromasculino, dos herramientas en la lucha de los géneros por la supremacía de la inteligencia.

No. No era eso. Se trataba de un asuntillo bueno para seguir jugando disputas de patio de recreo, entre los miedos a lo desconocido de las nenas y el irrefrenable deseo de sumergirse en ese desconocido.

Pisó las alfombras del aburrimiento con una serena certeza: igual que sucedió aquella vez de la noticia respecto de carácter preventivo que la masturbación sobre el cáncer de próstata, esta noticia sobre las rayas del bocho de las féminas ya debía haber corrido en el comentario de apertura por toda la oficina.

De pronto, llegando por el pasillo a la altura de los botellones de agua recordó una cosa que alguna vez le había dicho Javiercito, su hijo mayor, estudiante universitario de comunicación. Era algo de un tipo bastante capo, un tal Mac

Laughin, o Mc Cartney o Mac Luhan: “Los medios son incapaces de hacerte pensar de una determinada manera sobre una determinada cosa. Pero son infalibles a la hora de hacerte pensar sobre determinada cosa.

Frunció el ceño y mirando hacia abajo al estilo George Clooney tiró sobre la mesa de Inés...- ¿En que lugar de ese intrincado laberinto que tenés en esa hermosa cabecita está el lugar de tus planes para esta noche?

Inés rió con la serenidad y la comprensión de quien lee habitualmente los diarios.

-----

Se espectaculariza, se carga de apelaciones a las emociones para que podamos vincularnos desde ese lugar a temas que nada tienen para decirle a nuestras vidas.

Y nuestras vidas transcurren sin poder abstenerse de las historias dibujadas en esas pantallas.

Y mientras la intrascendencia sube a escena a desplegar sus bengalas y la realidad más dura, en contrapartida, se banaliza para que proceda más confusamente digerible, como esos guisos cuya composición resulta inconfesable, los productores mediáticos corren inexorablemente hacia la última etapa de la espectacularización y la banalización de las noticias: la dramatización.

Se ven.

Cierto es que la estética de la puesta debe tener correspondencia con el contenido. La cara que da la noticia del incendio debe estar encendida del rubor de la tragedia. Pero la última fase de la espectacularización, la última etapa de la puesta trae otras representaciones fisgónicas por parte de los presentadores de noticias.

La dramatización exige más que la adecuación de un rostro a una enunciación de datos. Ya no alcanza con serio para serio, distendido para nota color. La dramatización exige la formulación de un personaje que construya la confianza. Así, el presentador de noticias debe dar las formas de lo que raramente es: inteligente.

Como el mosquetero que Depardieu hace en “El hombre de la máscara de hierro”, todo hace suponer en ese rostro concentrado el momento previo al nacimiento de una intuición, de un pensamiento revelador, de la observación de una epifanía pero, al igual que en la película, puede que se trate sólo de gases.

Se ven. Véanlos.

-----

Ya dije que los periodistas, los productores y en general cualquiera que participe del ambiente de las redacciones, supone a las audiencias.

Bien digo supone, puesto que se trata de un supuesto imprescindible para poder hacer lo que se hace con una firme base de convencimiento.

Entre los componentes de imagen clásica de esas audiencias supuestas está el de lo que “la gente quiere”.

Una idea estereotipada de un espectador agotado y abúlico, apoltronado en una sala imaginaria de su casa frente al televisor en el final del día puede bien ser la de las audiencias de los telediarios de la noche.

Ese prototipo de mirador imaginado desea que la información le llegue sin demanda de esfuerzo, pero no sólo eso, quiere adicionalmente que la propia información se le presente de una manera “entretenida”, una manera que le permita enterarse de los asuntos principales de la agenda del día sin ser sujeto de la tentación de mirar otra cosa.

Estas representaciones de las audiencias, confesadas abiertamente por las producciones de programas de noticias, obligan a la confección de adicionales a la hora de la construcción de ese relato de la realidad que llamamos noticias. Esos adicionales tienen que ver con la forma, una forma que debe ser ergonómica, amable, viable, entretenida.

Sean o no las audiencias como se las supone, hasta aquí la presencia de tales adicionales resultan absolutamente razonables. No puede pretenderse, en el afán de rigor y

seriedad, que la construcción de esos relatos de la actualidad deban ser formalmente insípidos e indigeribles. Pero una cuestión muy otra a la de producir relatos noticiosos con adicionales entretenidos, es la de concebir (como se concibe) a la noticia como entretenimiento.

La lógica del entretenimiento no es la lógica de la noticia por lo que de ninguna manera puede regir las modalidades de su realización.

La aceptación de una regla como esa, la de la aplicación de la lógica del entretenimiento como la lógica productiva de la información periodística implica la concepción del periodismo como entretenimiento, como parte del “tiempo libre”.

Claro que periodismo en esencia no tiene esa misión. Pero claro que si la tiene hoy día. Claro que la ha asumido como una novedad. En aceptarse como entretenimiento se ha ocupado el periodismo más que en optimizar las técnicas de nuevos relatos que las disponibilidades tecnológicas le han ido posibilitando.

Cuando CQC fuera nominado, y creo que premiado (realmente no interesa) con el Martín Fierro, se lo hizo en el rubro “Programa periodístico de televisión”. Tal mirada del periodismo de espectáculos sobre el periodismo televisivo no se advirtió públicamente sino tiempo después, a raíz de un incidente en el que uno los noteros del programa estudiantil de Pergolini, de apellido Malnatti, fuera atemorizado física e intelectualmente en Tucumán por un represor de la dictadura conchabado como custodio local del ex presidente Menem.

No el hecho, sino la propia confesión del notero en otro programa de espectáculos produjo la revelación. Malnatti se manifestó sorprendido ante la agresión puesto que le resultaba inconcebible que se la “agarraran” con ellos “que sólo hacían un programa humorístico”.

Nunca quedó claro si Malnatti consideraba lógico o necesario que los tipejos que acostumbran a amenazar y agredir lo hicieran sobre el periodismo político, por ejemplo, ni tampoco si su sorpresa obedecía a alguna suposición suya, fundada quizá en alguna creencia profunda, de que quienes no se detuvieron ante mujeres, bebés y ancianos, deberían hacerlo ante el humor. Algo así como que las fieras, esas fieras, tenían en el humor la música que los apaciguara. Perdóneseme el

chiste estúpido, pero esté claro que hablamos de estúpidos y de humor, y esta es la única intolerancia que me permito.

-----

Si la lógica del entretenimiento se convierte en la lógica productiva del periodismo, si la aplicación de lo que produce ese sistema se dedica a ocupar el tiempo libre, si la noticia es un producto cuyo destino es el de ser consumido, no queda lugar para una función que el periodismo estimaba su propia razón de ser, como lo es la de relatar y componer la organización de sentido que la realidad social produce, contar historias, medir humores y explicitarlos, sondear todas las manifestaciones posibles de ese presente público que llamamos actualidad.

En el nuevo rol, el periodismo puede hacer lo que quiera con los datos ofrecidos por el magma de la realidad. Puede por ejemplo, jerarquizar, elevar la presunción de importancia por medio de una escenificación asuntos que realmente carecen de toda importancia. Porque la cuestión de fondo, la cuestión que mueve la nueva lógica, le dicta una nueva valoración de su hacer. El "hecho" y sus investiduras espectaculares deben completar la intensidad suficiente para llegar a ser "noticia", producto mediático de rápido y fácil consumo.

Fíjense que, deliberadamente, no digo aquí que tal posibilidad, tal "amoralidad" si se la juzga en términos de una ética pasada, como la que significaría poner en calidad de noticia importante un asunto menor y baladí, constituye una puerta abierta a matizadas y variadas formas de manipulación. No hago preliminarmente esta mención no por temor a la obviedad, ya que la magnitud del riesgo bien vale la mención. Lo que pretendo que se entienda es que independientemente del fin político que cualquiera de estas acciones puede implicar, desde el arranque, desde el origen, el verdadero desorden lo constituye el reemplazo de la lógica del entretenimiento por la lógica de la información.

-----

La belleza de Nina está destinada a no ser vista. La tapa de Noticias se ha encargado de ponerla en esa posición. Baños de insidia ensucian lo que Nina tal vez no sea, pero que

se haya en la mayoría de las mujeres que ella no está en lugar de representar.

Pose de modelo, evidencia de bombacha en el fondo de un callejón que abren sus piernas, rostro cargado de etnias poderosas y de cansancios profundos. Todo al servicio de la leyenda de venta que la portada de esa revista ha decidido poner a consumo de quiosco: La Evita Piquetera.

Adentro, la nota es sólo más inmunda, apenas una diferencia de grado que le da la extensión. Pero en sustancia la nota de ese otro Wiñaski es profundamente racista, ejerce un caracterizado desprecio por las clases bajas de la Argentina que se sustancia en igual sentimiento acompañado de temor que es el temperamento que las clases medias tienen para con ellas.

El destino de la publicación es la burla, no para con Nina, sino para con todos los aindiados que la década del 90 fabricó con “el modelo productivo reconvertido”. La víctima y su degradación ahora se arman como mono de circo.

¿Qué es lo que importa detectar mientras se controla la náusea? Respuesta: La forma.

La nota y sus porquerías son, casi paradójicamente, de fácil lectura. Unos recuadros ilustradores que refieren un “kit piquetero” que va desde un termo y un mate hasta una capa de lluvia, recuerdan la didáctica del “Billiquen”. Los epígrafes que revelan los huesos grandes del reporte son efecto puro. La saga fotográfica abunda los mismos escarnios que la imagen de la tapa. Lo que podríamos llamar, sin temor, una nota entretenida.

Pero más. Mucho más. Se trata de una nota prohijada bajo la lógica del entretenimiento. La mayoría de los asuntos allí dichos pesan demasiado. Prácticamente Nina desnuda vocaciones conspirativas contra todo el orden institucional. Amenaza a todo aquel que quiera ver el gesto. Pero la graciosa nota se recorre sin el horror de lo que puede significar. Las entretenidas páginas se sobrevuelan con la fluidez con las que se suelen atacar las notas de las revistas de sociedad que atestan las mesas de vidrio de las peluquerías.

Una muestra de racismo y una amenaza institucional digerida por las maquillantes tintas del nuevo periodismo.





# Capítulo Tercero

## Del Dios que todo lo ve al Dios que todo lo hace

### (La voluntad constructiva de la realidad)

*“Una noche hubo una fiesta en palacio, y fue un hombre y se prosternó ante el príncipe. Todos los invitados lo miraron y vieron que le faltaba uno de los ojos y que la cuenca vacía sangraba.*

*El príncipe le preguntó:*

– *¿Qué te ha sucedido?*

*Y el hombre respondió:*

– *¡Oh! príncipe, soy un ladrón profesional y esta noche, al ver que no había luna, fui a robar a la casa de un cambista. Cuando entraba por la ventana, me equivoqué y entré en el taller de un tejedor. En la oscuridad tropecé con el telar, que me arrancó el ojo. Y ahora, oh príncipe vengo a pedir justicia contra el tejedor.*

*Entonces el príncipe mandó a llamar al tejedor, y cuando lo tuvo delante ordenó que le arrancasen uno de sus ojos.*

*-Oh príncipe- dijo el tejedor- tu orden ha sido justa. Está bien que me hayas hecho arrancar uno de los ojos pero, desgraciadamente, mis dos ojos me eran necesarios para poder ver la tela que tejo. Tengo un vecino que es zapatero remendón y posee también los dos ojos, y para su oficio no necesita los dos ojos.*

*Entonces el príncipe mandó llamar al zapatero. Y cuando se presentó le fue arrancado un ojo.*

*Y así se hizo justicia.*

*El Loco. Gibrán Khalil Gibrán*

En 2002 hice pública, con consecuencia y repercusión de escasa a nula, una crítica al sentido (o a la falta de sentido) de la publicación de encuestas preelectorales.

Pensaba yo que nadie me acusaría de exageración ni de excesos en la evaluación si me dedicaba a mostrar como los procesos preelectorales se convertían en un infierno de especulaciones, timba con escenario en los medios y operaciones tan siniestras como vergonzosas.

Pero aún si los sacerdotes de esa “libertad”, la libertad de publicar encuestas preelectorales negaran la evidencia de candidatos inflados para “transferir” por miedo la voluntad del sufragio de un nombre a otro, aún cuando se desentendieran de esa miserable acción sobre la de por sí famélica inteligencia del electorado respecto de la magnitud de la instancia, creía yo que no podrían refutar una verdad ineluctable: la publicación de esas encuestas no tienen ninguna justificación.

Mi razonamiento sigue siendo el mismo. Si por información entendemos aquello que sirva como elemento al ciudadano para una eventual toma de decisiones, la “información” de encuestas no es información, puesto que nada aporta, nada incorpora al conocimiento ciudadano que le mejore las posibilidades de ejercer su derecho.

La elección es, en sí, la encuesta inefable, nada ni nadie tiene por qué adelantar su manifestación y su designio.

Las voluntades individuales que se expresan en una elección democrática conforman el dibujo soberano de la voluntad del conjunto, y establecen la pirámide de la representatividad que sostiene a la República y que consolida el contrato social. Esas voluntades individuales y el dibujo colectivo resultante se alteran por la difusión de estas mediciones. Y siendo así, esto significa que ciertos ciudadanos, y ciertos grupos, entre los que incluyo a los medios, se encuentran con la disposición de una herramienta adicional para ejercer poder sobre el poder soberano del pueblo.

Y digo “sobre” pudiendo decir “contra”, puesto que lo que importa reconocer es que esos ciudadanos y esos grupos no pueden tener ese poder, en tanto que su sola posesión implica un atentado contra el sistema democrático.

Siendo como es, que esas publicaciones resultan prácticas actual y potencialmente antidemocráticas debería el sistema proveer la legislación que proteja el derecho que violenta. O no debería. Ya que no quiero que se me sindique en el deseo de cercenar libertades, sean estas libertades de

porquería como la libertad de publicar encuestas de intención de voto. Que no sea para que no se diga. No quiero que esos miserables se me escapen con gritos histéricos y farsa de escandalotes.

Quería yo, con estos dichos, aportar a que supiera el pueblo que esas publicaciones son inmorales, que lucran con el permiso que les otorga y garantiza el sistema contra el que atentan, que operan para deformar la intelección de la realidad que a duras penas tienen las personas de la compleja situación en la que vivimos.

Pretendía, y aún pretendo que los sociólogos de las encuestas sepan que su formación y su conocimiento tienen otro destino, y que de ellos depende: **El destino de darle información e instrumentos a la política tras la utopía de que la política sea alguna vez sociología aplicada, y no esta basura de especulaciones que le da negocio a los lobbistas de los medios y a las empresas encuestadoras.**

Quien no que siga con esta inmundicia de ponerse al servicio de la manipulación electoral, de las operaciones mediáticas y la táctica de tramperas, en pos del dinero que se genera en torno al poder y al marketing.

Adicionalmente los maldije.

Acabada la manifestación pública sin casi público advertí inmediatamente algo que es lo que pretendo convocar aquí.

Tenía yo razón completa, o al menos una razón tomada por el rabo y digna de ser zarandeada hasta que confesara su verdadera naturaleza. No obstante en las pocas oportunidades que pude menear esta cuestión en medios, un silencio acompañado de miradas absortas hacía levitar en el vacío toda posibilidad de discusión. Lo máximo que pude lograr fue que lo dicho sobre la publicación de encuestas preelectorales se considerara como un “curiosa apreciación”. Pero ni siquiera su posibilidad de absurdo movilizó el tratamiento.

Cosa parecida sucedía (ya no tanto) con las advertencias sobre los peligros que acarrea la economía agraria de la soja.

Una especie de campana de silencio rodea ciertos temas y los inmoviliza, les impide ingresar a la “agenda” que resulta ser algo así como la dimensión de la “realidad real”, una quinta dimensión habitada por los hechos que son. Los hechos que

sucedan sólo podrán ser, y únicamente, si la voluntad constructiva de la realidad los habilita.

|Y he aquí la paradoja, la monumental paradoja que estructura el argumento central del periodismo hegemónico.

-----

Majul sigue abusando del dramatismo que su incomodidad en la mayoría de las económicas entrevistas que realiza le produce. Su propio patetismo (nunca sabré si cierto o forzado) es una tinta demasiado abundante en su dibujo televisivo.

Esta vez, el filo que tiene enfrente lo está lastimando de verdad. Aníbal Fernández ha venido resultando el tipo más peligroso para el sistema mediático. Imagino que más de un pope de ese sistema espera que una denuncia termine de una vez por todas con ese incordio.

Este Fernández sabe que su única posibilidad en la escena mediática es romperla, marcar los tiempos, no cumplir con lo que se espera de él. Por eso es que cuando Maximiliano Montenegro, siendo colaborador de Lanata, exigido por el rol de inquisidor intentó marcarle el camino de la norma en la insustancialidad de una discusión televisada, Fernández se dedicó a revisar su “palm”, pequeño ordenador digital. La maquinita se ofreció a la escena, aparentemente, como un auxilio a la memoria del funcionario, pero en realidad, se trató de la ruptura de esa escena.

Por segundos que resultaron interminables para el surfeante y liviano discurso de la tele, la cámara que tomaba a Fernández debió conformarse con un primer plano de su coronilla. Se tomo un tiempo que no te dan en la TV, un tiempo de arrebató y lleno de su silencio, un silencio ofensivo para la dinámica coloquial que se espera de esas entrevistas. Maximiliano lo sufrió, lo sufrió el director de cámaras que no sabía que cosas sostener en la pantalla, lo sufrió la representación esforzada de esos programas que se empeñan sin saber cómo en no ser un programa de radio televisado.

Pero el centro de atención puesto por Fernández, dispuesto por la hipnosis de la cámara sobre su coronilla, se consagró cuando Fernández comenzó a leer de su Palm en voz

alta y pausada, cuando encontró lo que buscaba o cuando quiso, qué más da. Porque fue entonces cuando lo imprevisible (porque esas cosas no se hacen) hizo irrumpir en el marco de lo previsible un color cercano a la sorpresa.

En un tipo de relato en el que debe uno andarse con cuidado y al mismo tiempo con velocidad como es este relato de la televisión, una duda, una demora, una palabra que no acude se computa fatal. Los “pensadores rápidos de los que habla Pierre Bourdieu, superan en los sets a las verdaderas inteligencias sólo por esa razón y por esa dogmática de la pantalla chica. Pues bien, contra ese precepto, el hereje de la “palm” impuso el terror. El terror de romper las reglas, de patear el escenario, de disponer de lo que no te dan para que dispongas.

En la puesta de la televisión, que sirve de paradigma para toda puesta de medios, lo que se hace es ritualizar un relato. Cuando el político se pone en el banquillo la letra del juicio resulta ser lo de menos. Es curioso y hasta patético observar esos rostros ansiosos aguardando que sus decires los liberen de una condena que ya está prevista de antemano, que tiene carácter de inexorable e irrevocable pues se encuentra inscrita en la misma disposición de la escena.

Si. Se trata de un rito en el que el periodista es incisivo y el político es culpable o simplemente “no inocente de algo”. Después podrían bien estar charlando de fútbol o de ganchillo que en tanto se sostenga el tono y las formas resultaría exactamente igual.

Por eso fue que esa noche Majul tropezó con las sogas que suben y bajan los telones. Aníbal Fernández le gritaba, le imputaba hacer ostentación de verdades absolutas respecto del tema de la inseguridad y de estar desinformado deliberada o indeliberadamente, pero en cualquier caso irresponsablemente. Majul apeló al paupérrimo “la gente piensa” un recurso de boxeador grogy que tantea el aire en búsqueda del auxilio de las cuerdas. Fernández le había encontrado demasiado rápidamente la mandíbula. Claro que Majul nunca fue bueno en estas lides y por cierto que viene recibiendo últimamente demasiado castigo. Pero en cualquier caso lo que importa aquí es el ejemplo ilustrador que se constituyó patente esa noche de domingo.

Al “la gente piensa” Fernández lo neutralizó con esas verdades que ningún político se anima a utilizar: - La gente

piensa en función de lo que usted informa, de lo que usted dice saber, de sus verdades absolutas. Pero aquí hay otros datos que también podrían hacer pensar y sentir a la gente.-

Majul creyó que Fernández se había inmolado, por eso tiró la mano izquierda en directo, claro que sin dar el paso al frente, por lo que le salió un jabb con la consistencia de un merengue. – Ministro, ministro, los periodistas no inventamos la inseguridad, las cosas pasan, los hechos no los inventamos los periodistas.-

Ahí está, la verdad de última instancia. Los periodistas no “inventan” la realidad, la transmiten. La llevan a su hogar en servicio delibery. Acá está, señora-señor, esta cosa cierta que le recortamos del acontecer global igual que el rotisero le corta un muslo del pollo global que todavía gira en el espiedo de la rotisería.

El periodismo agónico padece malamente de este increíble descubrimiento. Digo una vez más que nunca podrá ser la última: los periodistas somos constructores de relatos.

Pero el periodismo hegemónico necesita que eso no sea así. El periodismo hegemónico necesita que las audiencias vivan estos productos como certidumbres absolutas, como verdades incontrastables, como hechos perfectos, indubitables e incuestionables.

Necesita indefectiblemente que se vivan como realidad absoluta lo que es virtualidad relativa, su construcción, porque de lo contrario, no podría seguir ejerciendo su voluntad constructiva de esa realidad.

Toda una paradoja.

-----

Al haber voluntad, un hacer tan subjetivo como el de la construcción de un relato, se convierte en una operación. Para ser más preciso se trata de más de una forma de operación. No es que los recursos sean innumerables, pero hasta en esto se ha vuelto mezquino el periodismo hegemónico, solo utiliza una escasa media docena de esos recursos.

El más común es el de la inversión del orden de la información.

Una veintena de datos hacen a una noticia. Todos deberían confluír al cumplimiento de las preguntas básicas que el periodismo ha clavado en el frontispicio de su fatua catedral: “Qué, quién, cómo, cuándo, dónde y por qué.” Este listado parece más una regla nemotécnica que un procedimiento narrativo, aún cuando sea las dos cosas.

Más siendo las dos cosas, sus precisiones deberían estar sino contenidas, al menos protegidas en el título de la información. Pues esto no sucede hoy. Y no sucede de varias maneras.

Como ovejas arriadas por unos necios pero pertinaces perros pastores, la veintena de datos que hacen a la noticia son acorralados en la necesidad del título. Si lo que hace falta es un caso de “acoso sexual”, cada dato-oveja que pueda por ambigüedad o imprecisión alentar la sospecha es traído al frente del corral, hacia la zona de la primera mirada del lector, oyente o televidente. Por el contrario, los datos-ovejas que impongan dudas sobre la veracidad del título deberán ser confinados a los fondos del corral o directamente desalojados.

No hay que hacer ningún esfuerzo desmedido para corroborar la utilización de este procedimiento a diario en cualquier medio de comunicación.

Por gusto de extremos, voy a contar un caso extremo.

No voy dar precisiones innecesarias cuando mi interés en este caso no es el escarnecimiento de nadie sino la demostración de una mecánica de la distorsión bastante común en los medios. Por otra parte quien quiera puede rastrear el caso ya que su título y ubicación en el tiempo son datos suficientes y le hará ahorro, al autor del desaguizado, suponer que tengo otro deseo que el de mostrar un caso.

Lo cierto es que un diario regional norpatagónico asombró una mañana de ese sur con el título “Hallan una tumba Nazi”. Todo el ancho de la doble central sacudía con la noticia del accidental hallazgo. Un copete escueto daba cuenta del acontecimiento como consecuencia de un incendio de campos.

En el decurso de la nota, es decir del cuerpo informativo completo, el lector recibía una interesante historia referida a un aviador alemán que había tenido un accidente en el lugar allá por el inicio de la década del veinte del siglo también veinte, a consecuencia del cual se había erigido un monolito en



el sitio mencionado. El alemán, salvo del siniestro, volvió a su país en donde unos diez años después se alistó en el ejército (ignoramos con cuanta voluntad) por lo que participó de la segunda guerra mundial, cosa que parece ser le pasaba a una gran cantidad de alemanes por esos tiempos. La nota no decía más.

En pocas palabras, un título que nos prometía tumba nazi, nos había dejado en doble página sin tumba y sin nazi.

No se crea que este hecho pueda considerarse aislado. Por el contrario se trata de una recurrencia. En los diarios además, el riesgo se agudiza dado que infrecuentemente el autor de la nota sea autor del título. A veces su título sugerido se modifica en razón de estilo y otras por criterios de calidad. Esta rutina de autores divergentes (el de la nota y el del título) produce frecuentemente divorcio evidente entre ambos contenidos.

Pero no quiero ni ser inocente ni dejar de remarcar la idea de este apartado: lo que se hace es invertir el orden de la noticia. Lo que se hace es tratar de justificar un título, no importa la realidad a la que se refiera, no importa en cuanto se desvía de los hechos, no importa que deja de resultado al “consumidor” de la información porque la creencia es, y resulta una acertada creencia, que de otra manera nadie leería la noticia.

-----

El taxista escucha radio 10. Muchos taxistas escuchan radio 10. Trato de que eso no me moleste de la manera en que habitualmente me molesta. Trato de entender, de ser honesto conmigo. Trato de no buscar explicaciones que terminen denostando a los taxistas.

Me conformo sabiendo que la frecuencia de esa radio le fue prácticamente arrebatada a Radio Municipal por la gestión de Carlos Menem y ratificada por un decreto de Fernando De la Rúa. Sé cada historia complementaria a esa historia, como la que da cuenta de la presión que el hechizado recibió para firmar ese decreto de ratificación.

Igual nada me hace feliz, nadie calma este disgusto que siento cuando subo a un taxi y escucho radio 10.

Me digo finalmente que esa frecuencia y la potencia con la que esa radio emite (muy por encima de lo permitido por la ley) explica porqué tanto taxista escucha radio 10. –Claro – me digo – se escucha bien, la “agarras” en cualquier parte de la ciudad. Esa es la razón.

No me creo. Sé que me miento, o que al menos digo la parte de la verdad que menos me molesta.

Mientras doy por terminada esta discusión conmigo mismo, en radio 10, la odiada radio 10, vienen las noticias.

El primer titular no me sorprende (Radio 10 será muy escuchada pero ni me parece buena radio ni me sorprende)

– *Preocupación en la Iglesia por la ola de secuestros y violencia.*-

Entrecierro los ojos para ver la reacción del tachero. Pero este si apenas se mosquea. Ese es el segundo en el que comienza la bajada, la ampliación de la noticia:

- *Monseñor Bergoglio llamó a no desanimarse ante la ola de secuestros y violencia.*-

– Qué hijos de puta – dije más que como una exclamación como una interpelación al taxista.-

– Eh? – respondió ofreciéndome su atención por el espejo retrovisor.-

– Que radio hija de puta ésta. –escupí– Titula que hay preocupación en la Iglesia por la Ola de violencia y secuestros e, inmediatamente amplía diciendo que Bergoglio llama a no desanimarse ante la ola de violencia y de secuestros...

– Y sí – me devolvió con le mismo interés y la misma enjundia que tienen los tenderos del Once – está todo muy jodido.-

No me gusta hablar desde el asiento trasero de los taxis.

Me enoja. Me tiré para atrás. Recordé que a Radio 10 no solo la escuchan mucho los taxistas, sino también mucho en la ciudad de Buenos Aires.

– Si – casi balbucí para mí – estamos rejodidos.

-----

Hay una realidad a la vista y una realidad oculta. Voy a decirlo mejor: la realidad tiene partes visibles a la vista, partes invisibles y partes visibles ocultas.

El periodismo hegemónico cree que toda realidad es visible y que la parte oculta de la realidad ha sido deliberadamente ocultada. Pienso mejor que no es que lo crea sino que bien le viene hacerlo creer.

Hay una teoría llamada conspirativa, consistente en el postulado de que “alguien está haciendo algo mal y me está perjudicando” que ha teñido las sensaciones de los sectores medios en la Argentina. Esta teoría es sustento básico de una parte del periodismo hegemónico, digamos del periodismo progresista de los 90, pero poco a poco se ha venido corriendo en el espectro y ya pasó a ser base de cualquier posicionamiento ideológico del periodismo en general.

Pues bien, con esta idea de la visibilidad de la realidad y con una teoría tan hecha carne en las clases medias, el único periodismo posible para el periodismo hegemónico es el periodismo de revelación. Esencialmente porque resulta el único periodismo capaz de concitar la atención de las audiencias, objetivo esencial para el periodismo contemporáneo como ya dijimos.

El periodismo de revelación ha venido a suplantar al periodismo de denuncia, muy rico en casos durante la última década del siglo XX, en que los funcionarios y los periodistas hacían “las delicias de grandes y chicos” como diría Adalberto del Mar, personaje que Jorge Marchetti despliega en el programa de Héctor Larrea. Los casos de coimas, tráfico de influencias, presiones económicas, amenazas, se mezclaban con escandalotes sexuales, acosos, orgías de buró, sodomización administrativa y loterías clandestinas. Una prodigalidad alimentada tanto por la obscenidad de la clase política como por la fruición por la obscenidad de la clase periodística.

No me reprochen y acepten lo que digo. Fueron años en los que siempre importó más la nadería de los afeites presidenciales y su farandulezca que la enajenación sistemática de los destinos del país. El periodismo hegemónico fue capaz de aceptar los argumentos de la nueva era, de la posmodernidad inexorable, de la globalización tras la caída del muro, y solo “denunció” las

sombras chinescas que las manos de la entrega proyectaban sobre la pantalla de la televisión.

Y más, ni siquiera fue capaz de dejar algún indicio, alguna referencia para que se cumpla esa sandez tan festejada en ciertos ambientes de que “el periodismo es la primera versión de la historia”. Tan así que confundieron lo esencial. Creyeron que el problema principal era la corrupción.

Lo digo así en otra parte:

*“Los hacedores del golpe del 76 construyeron dos judíos. Un Abel “subversivo” y un Caín defensor de la “forma de vida occidental y cristiana”. Con la sangría de Abel y la alineación de Caín abrieron el drama final de la Argentina. Ocuparon siempre los lugares definitorios. Los Ministerios de Economía y los Bancos, los líderes de la opinión mediática y los Bancos, las consultoras mejor munidas de contactos internacionales y los Bancos, los distractores profesionales y los Bancos.*

*Muerto Abel, y Caín en el exilio de la locura, el judío que se venía era el político. Clase tamizada por la discriminación desde el 30 hasta el 45, filtrada por la persecución desde el 55 hasta el 72 y asesinada, cooptada y vaciada desde el 76 hasta el 83. Lo que quedó en la nómina es miserable si se lo compara con lo que hubo en una generosa historia de la política nacional. Pero de cualquier manera lo que quedó era molesto para los reales sectores de poder, a menudo indescifrable y siempre objeto de una operación de compra, convencimiento o directamente eliminación.*

*La realidad política de la Argentina a partir del '83 fue para este poder sin nombre una realidad fácilmente abordable. La clase política, sobrevivientes casuales de la purga ejemplar, estaba obnubilada con sus pujas menores: un radicalismo que por una vez podía triunfar ante un rival que se había convertido en su enemigo existencial, un peronismo que estaba tan seguro del triunfo electoral que jugaba en su interna histórica todo el destino del país.*

*Corromper un cuerpo muerto es relativamente fácil: se aumenta la temperatura y la humedad, es decir se generan las condiciones más adecuadas para que el proceso de corrupción proceda y se tiene el éxito asegurado.*

*Conscientes de lo que pasaba en el mundo, diez años después descubrieron que en realidad la política debía ser desalojada. ¿Qué mejor que hacer visible lo que se había conseguido a fuerza de gestión: la corrupción inveterada de la clase política argentina? De manera que se pusieron en gestión tomando y asociándose con los medios de comunicación en todo*

y parte (una sinergia y simbiosis de adecuación natural) y se lanzaron a la empresa final de terminar con la política. Para ello se contaba con la colaboración inestimable e involuntaria del “público” que en diez años había reemplazado la amansadora mental de Neustadt y Grondona por la ensarta de clichés y estereotipos de Gelblung y Rial, un aberretamiento sistemático e imprescindible que condecía con la degradación en paralelo de la clase política.

Pero además estaba “la gente”, “el público” como solía llamarla Alsogaray, una facilidad adicional para la castración de la historia. La gente. La gente.

(El Juego del Ahorcado. Del Autor. Corregidor. 2002)

-----

Que lo importante sea, en el clima de las redacciones, enemigo de lo bueno, parece ser una regla productiva.

Si se presta la debida atención se observará como los hechos se sobrevuelan sometidos a las urgencias del sistema productivo.

Juan Jorge Faundes, periodista y escritor chileno, nos ayuda con una introducción definitoria de la investigación en el periodismo y del periodismo de investigación.

*“Entiendo el Periodismo de Investigación como la búsqueda y difusión de información acerca de sucesos con valor periodístico (es decir: con grados considerables de improbabilidad de ocurrencia del hecho, y de probabilidades altas de impacto histórico y psicológico del mismo), eventos e información que otros (individuos, grupos, empresas, instituciones, organizaciones gubernamentales o no gubernamentales, clases sociales o el sistema mismo en su conjunto) mantienen ocultos y quieren impedir que sean conocidos y difundidos en un ámbito social mayor que aquel circuito de los que están enterados.*

*Es decir, la materia del Periodismo de Investigación, su objeto, es la información oculta, reservada, secreta, y sus fuentes, aquellas que están cerradas. Estas últimas características (información oculta y fuentes cerradas) diferencian al Periodismo de Investigación de cualquier otro tipo de formas periodísticas, aunque sean de denuncia, pero que*

*trabajen con información socialmente disponible a través de fuentes abiertas.*

*Esto no implica que el trabajo con información socialmente disponible a través de fuentes abiertas no sea investigativo: todo reportero, toda construcción de información por medio de la interrelación de datos, variables y actores es una práctica de investigación.*

*La investigación puede ser simple o compleja, superficial o profunda, individual o colectiva, observante o participante, tradicional o activa-participativa, usando fuentes abiertas o cerradas. Pero sólo al hacer uso de este último tipo de fuentes (que pueden ser personas, documentos, lugares, y en general cualquier objeto orgánico, inorgánico, vivo, muerto, analógico, digital, etc.) el trabajo se transforma en lo que se ha venido en bautizar periodismo de investigación. Lo que no implica que el Periodismo de Investigación trabaje exclusivamente con información oculta. Necesariamente ha de usar todo tipo de fuentes y todo tipo de datos. Pero los datos ocultos, el lograr la apertura de fuentes cerradas, le dan el carácter propio. “*

Instituciones, investigación, información oculta, fuentes abiertas o cerradas, pueden todas estas instancias que se mencionan ser el resultado del periodismo que reflexiona sobre sí, pero indudablemente también da una referencia cierta sobre la complejidad de una tarea. Una complejidad en búsqueda de un resultado. Un resultado que no puede subsumirse a las urgencias productivas.

No obstante, se sigue aduciendo que no hay peor noticia que la que sale “tarde”, ni desecho más desechable que el diario del día anterior, para justificar la escasa calidad de la información que se publica.

Los segmentos informativos diarios se cobijan en sus estructuras (minutos de policiales, de política, de economía, de internacionales y de notas color preestablecidas de manera más o menos rígida), así como también en los ítems más estables de sus agendas (inseguridad, corrupción) para poder paliar esa falta no solo de calidad sino de cantidad informativa posible de ser producida en el marco de esas urgencias.

Cuando se reavivó el espíritu de generación del Periodismo de Investigación en la Argentina, no faltaron quienes confundieron de manera casi patética la naturaleza de este

periodismo. Creo que fue Lanata quien, como ejemplo, manifestó a cámara que todo periodismo era periodismo de investigación, ya que toda búsqueda informativa implicaba necesariamente la tarea de la investigación. Aún cuando Faundes hace innecesaria a esta altura una aclaración, prefiero subrayar y aprovechar el subrayado para decir algo más.

Palmario es que toda tarea periodística requiere de investigación. Tanto como decir que, si bien todo periodismo es investigación periodística, no toda investigación periodística es periodismo de investigación.

En esto también tienen que ver los tiempos, pero esencialmente la modalidad de trabajo.

Cuando el primer **Telenoche Investiga**, sobre mediados de la década del noventa, las investigaciones se hacían públicas una vez terminadas y sin periodicidad establecida. A nadie se le ocurriría entonces (como no debería haberseles ocurrido ahora) que un programa de investigación podría tener una publicación semanal. Imposible sin atentar contra la calidad y, en consecuencia, con el propio género de la investigación periodística.

Dada la característica de la tarea era absolutamente impredecible el momento en que podía estar concluida. El grupo de trabajo, reducido, económico y casi anónimo, desarrollaba simultáneamente varias líneas de investigación. En ese derrotero, sólo en los tramos finales sabían “de qué iba la cosa” puesto que la reunión de datos y sus relaciones, las certificaciones y los chequeos iban configurando un entramado que, en un momento, impreciso y único momento, terminaba encajando y dándole a los periodistas el perfil final del tema investigado.

Igual que la publicidad que ha corrido la importancia desde el producto publicitado a la calidad del anuncio que lo publicita, la televisión primero y todo el sistema mediático después, ha puesto las prioridades del formato medial (televisivo, radial, gráfico) sobre las prioridades que hacen a la calidad de la información que difunden.

Insólitamente, contradiciendo la frase popular, este carro viene desde hace más de una década, arrastrando al caballo.

-----

Nunca quise emitir ningún juicio sobre las posibles o presuntas inocencia o culpabilidad del cura Grassi. Primero porque mi opinión carece en éste tópico de todo valor, y aún cuando soy periodista, soy de los periodistas que saben que no pueden opinar sobre todo lo que se les presente. Segundo porque lo trascendente del asunto se jugaba en escenarios muy distantes de los escenarios de la justicia y de la verdad, sea esta última la que fuere.

De lo poco claro que hubo en ese asunto rescaté quizá lo más claro: hay contendores que juegan a las guerrillas mediáticas.

Por un lado el grupo acusador, que fue incapaz de justificar con alguna documentación sustanciosa los declarados “dos años de tarea investigativa”. Tan así que no puede pretenderse la publicación de lo que efectivamente sucedió, ya que parece definitivo que eso no está al alcance de este grupo periodístico.

¿Fue quizá que el grupo, quizá apremiado por el final de algún plazo legal, trató de mutar la simple noticia de una denuncia en un caso resultante de una tarea de investigación periodística que evidentemente no hubo?

Lo cierto es que no la hubo. Al menos como resultado. Aquí me detengo en una observación adicional pero esencial: hubiese sido muy conveniente que los productores periodísticos de ese programa repasaran el concepto de Investigación Periodística y recalculen sus inversiones en recursos humanos; hay demasiado esfuerzo en demostrar que lo que no es en realidad es. Y no estoy hablando de los hechos que se involucran. Estoy hablando del procedimiento periodístico, la supuesta investigación.

Grassi podrá ser culpable, pero lo de Telenoche no fue ni por asomo una investigación periodística.

Y por semanas no fue lo que ofrecían desde el título.

Igualmente prudente sería también que esos productores repasaran la historia original del TI y la respetaran un poco más. Ha sido lo último realmente importante en la historia del periodismo de la Argentina.



No se puede cargar demasiado las tintas sobre estas responsabilidades habida cuenta de que nadie puede verse en la obligación de producir investigaciones periodísticas para cubrir una emisión semanal, ni aún mensual o con cualquier periodicidad predeterminada.

La Investigación Periodística, como género, no puede estar sometida a ninguna periodicidad. Tampoco estoy muy seguro que sea la televisión el medio más adecuado para un buen ejercicio de este género, más allá de los beneficios de las cámaras ocultas. Luego diremos que cosa nos parecen que ocultan las cámaras ocultas.

Si esto se fuerza, los resultados son los que saltan a la vista: Chismografía, abusos de planos con pretendida elocuencia, evaluación sobre indicios menores y rotundas admoniciones de maestra jardinera por parte de la conductora, para poner desde lo escénico algo que sintonice con la gravedad de una denuncia y que no se materializa en ningún dato relevante, sin descontar el infructuoso empeño del conductor por que los determinantes de su fisonomía arrimen a la idea de seriedad.

El país, aún cuando desquiciado, nunca estuvo en condiciones de producir hechos pasibles de Investigación Periodística con tanta regularidad. Paradójicamente nuestro querido país no es productivo ni en sus desgracias.

En la otra trinchera está la competencia, a quienes les hubo tocado el papel de defensores.

Esta gente trató de disimular su interés más vinculado con el rating y los niveles de audiencia que con la supuesta reivindicación del cura. Cierto que no lo logró.

Aún cuando las relaciones entre Grassi y el menemismo se adujeron como fundamento de la defensa realizada por este grupo, la pulseada fue sin dudas de poder mediático y no por intereses específicamente políticos. Aunque cabe aquí con justeza el adagio de lo que bien sirvió “tanto para un barrido como para un fregado”.

Ahora bien, dejando de lado las reacciones genuinas de los amigos de Grassi en ese grupo, (caso Raúl Portal) toda la tarea estratégica de la “defensa” se limitó a desacreditar a los acusadores mostrando la flacura de las argumentaciones y la

dudosa procedencia de los materiales pretendidos como pruebas.

Muy bueno lo de demostrar con el falso testimonio del “abusado rentado” que estas cosas se preparan con absoluta posibilidad, verosimilitud y a un costo muy bajo. Un verdadero chiche de Chiche. Lástima que no practiquen este develamiento con sus propias producciones. Pero no son ni la televisión en general ni lo de este canal en particular ámbitos de los que pueda pretenderse tanta generosidad.

De manera que ni investigación periodística ni lucha por la verdad, sólo nuevas petulantes demostraciones del poder de los medios.

El resto del sistema mediático electrónico se vio obligado a colgarse de la disputa de diversa manera ante la hegemonía y centralidad que el tema cobró en la agenda. Nadie puede quedarse afuera.

El resultado del caso Grassi será asumido como victoria por unos y disimulado como derrota por los otros, le toque a quien le toque uno u otro rol.

Y de tanto ver como no ver, presiento que no se está viendo lo mejor. Convendrá que la gente pueda ver las cosas de una manera distinta a como se la presentan. Ese es mi esmero.

Primero: el caso Grassi fracasó como intento de victimación mediática.

Para que se produzca un fenómeno de esas características y que trato especialmente en otro lado, se tienen que dar tres condiciones:

Operación Política.  
Escenificación y concurrencia de intereses en los medios.  
Deseo social.

¿Qué duda hay sobre el cumplimiento de los dos primeros requisitos ante la magnitud del escándalo?

La operación política resulta de la conjunción de intereses contra Grassi. Sus socios de antes, para tomar por caso.

La escenificación y la concurrencia de los medios se cumplen en razón de que, contra cualquier prejuicio, la Iglesia sigue

contando con un alto nivel de imagen si se la compara con cualquiera de las otras instituciones tradicionales. Ese poder suele molestar a algunos medios más que a otros.

Pero dos de los tres factores no alcanzaron para cumplir con una victimación mediática. El problema fue la falta del tercero, la falta de deseo social.

Cierto que las posturas estuvieron divididas, nunca sabremos el porcentaje de esa composición. Distinto hubiese sido si Grassi fuera un político en lugar de un cura, entonces no hubiese tenido ninguna posibilidad de salvación.

Si se tratase de un político o un juez, la condena habría caído con el peso de una guillotina por el deseo de algunos, pocos o muchos, y por la indiferencia del resto.

Ahora bien, siendo como es un cura, no hubo indiferencia. Y con eso basta para que tiemblen los cultores de la victimación.

Los sacerdotes del santo Oficio de la Inquisición Periodística se tuvieron que enfrentar a una fuerza que no habían tenido en cuenta. Era un cura, y en la acendrada cultura de los argentinos un cura es Brochero, Mujica, Castellani y hasta Sandrini en alguna película de tres décadas atrás.

No se toca. Hay cosas que no se tocan.

En esta consideración cultural, por supuesto, tampoco nada tiene que ver lo verdadero o lo falso.

“La gente”, como suelen los periodistas llamar a sus audiencias, no quiere que el cura sea culpable. No quiere. Julio César decía que la gente suele creer lo que desea.

Constructores de un relato, los periodistas no debemos olvidar que la honestidad con la que cumplimos la tarea de esa construcción es la única garantía de credibilidad.

Una profesión que corre peligro de desaparición, como la nuestra, debería atender a estas advertencias de los acontecimientos. Hacemos falta quizá más que nunca y no estamos haciendo lo que se espera de nosotros.

Está muy claro que en todo este embrollo Grassi podrá o no ser inocente de lo que se le acusa. Tan claro como que el periodismo que juega este juego de ninguna manera lo es.

Lo que presentó esta puja en los medios es un asunto que raramente se devela públicamente y difícilmente se pueda detectar con fidelidad en los productos mediáticos. Se trata de un cambio de voluntad. Ya no se pretende sólo ejercer la denuncia, sino ejercer efectivo control sobre sus consecuencias. Es el cambio de la denuncia por el control, una muestra cabal de que lo que importa no es sólo “instalar una verdad” sino demostrar hasta que punto se es eficiente en consolidarla como verdad pública.

Es probar que se tiene el máximo poder al que aspiran los que ambicionan el poder, tener el poder sobre la mirada pública.

Otra versión del poder del rey desnudo.

-----

¿Cuál es el riesgo de seguir la premisa de la velocidad en la información?

Por lo que dijimos parece que el error, la posibilidad de dar una información incompleta, equivocada, aún falsa. Ser víctima de las propias fuentes e inducirse a seguir pistas engañosas que inequívocamente llevarán a conclusiones también erróneas. ¿Si?

No. Quiero decir, esa posibilidad, la del error en la información, no se vive como riesgo.

Cuando el apuro hace imposible el buen chequeo, el cruce de fuentes o cualquiera otra fórmula de comprobación del dato, lo que jamás se hace es no publicarlo. Se lo publica. Se dice: sucedió esto; aquel hizo aquello; en tal lugar ocurre así. Ni siquiera hace falta la utilización del verbo en potencial. Habría ocurrido; sería cierta la versión; podría estarse dando. Ya no.

Ahora se publica el dato como si se tuviera certeza. Mañana, en todo caso, o en un par de horas, o cuando cuadre mejor la situación y la posibilidad, se pública el desmentido, siempre y cuando alguien o algo lo motivara, lo indujera, lo solicitara. Y lo que ayer se dijo que fue, hoy se dice que no fue, y sin ningún rubor.

Esto tiene una posibilidad y una ventaja.

Empecemos por la posibilidad.

Todos los integrantes del mercado mediático juegan el juego de la primicia o su versión más aún de mercado (ya que se refiere más a la posibilidad de acceder a una información que a la de descubrir su naturaleza) la exclusiva.

Con más o con menos fruición, todos se entregan a la auto adjudicación de estos laureles.

Lo contrario jamás. Una pifia, una “carne podrida”, una especulación en falso, rara vez encuentra autor y dueño. Nadie se hace cargo porque hay una convicción muy cierta, de que esos errores pueden ser absorbidos por el conjunto del sistema mediático. Al ser la agenda periodística un conjunto de temas o noticias que se repiten hasta el hartazgo en todos los canales, todas las radios, todos los diarios, resulta casi imposible para el lector, oyente o televidente, y mucho menos para ese ser macro estadístico que llamamos audiencia, saber con precisión de qué lugar surgió el error.

Es posible entonces escudar esos errores en el conjunto, cuando un error es de todos, no es de nadie.

Sigamos por la ventaja.

Obrar así posibilita la duplicación de la información, ya que la desmentida, la corrección, la negación del dato, se convierte en otro dato, otra noticia, otro hecho, otro producto.

Clin, caja.

-----

Desde el horror de la dictadura hasta la euforia de la vuelta democrática, desde el incendio alfonsinista hasta el primer mundo de Carlos Menem, desde la obscenidad de la plutocracia menemista hasta los aires nuevos de la Alianza, desde la abulia delaruísta hasta la tragedia del final del 2001.

Podría decirse que estos corsetes conceptuales encierran las miradas alternas que los argentinos hemos tenido del país en los últimos veinticinco años. Pero sólo es lo que se quiso ver, mucho

menos de lo que fue preciso ver, muchísimo menos de lo que fue posible ver.

¿Por qué?

Por unos anteojos. Los medios.  
Y por unos ópticos.  
Los periodistas del periodismo hegemónico.

Presumo que este es un apartado necesario a este libro que exhorta ante la muerte del periodismo porque no se guarda nada.

Las descripciones sobre esos pocos días después de la caída del gobierno de la Alianza atiborraron las librerías y los kioscos de diarios y revistas con su oferta periodística evanescente, su operatividad electoral y su no menos transitoria influencia en las motivaciones colectivas. Una seriedad de tratamiento altamente redituable.

Lo mío, y a mi pesar, no tiene nunca la seriedad del dinero.

Para mí esa historia transcurrió en un tiempo carente de la tosca solemnidad de los matutinos, de esa austeridad de pensamiento que los periodistas suelen llamar precisión o concisión, de la mezquindad de imaginaciones que hace imposible ingresar a la verdad de la historia sobrepasando la barrera de las apariencias.

He llegado más allá del asesinato de la sorpresa y del acontecimiento practicado sin pausa y con prisa por la previsibilidad televisiva. Y me he encontrado frente a un cruce de la historia argentina, frente a un momento que, por extravagante, descifra una multiplicidad de razones que la razón formateada de los medios de comunicación impide entender.

Reconozco haber estado más cerca de la magia que lo que suelo tolerar. Pero no me resigno reconociendo que esto haya significado alejarme de mis deseos de verdad.

Sólo he aceptado que los hechos me hablen para explicarme lo que son, sin obligarlos a explicarme lo que me ha sido dado pensar, lo que nos es dado únicamente pensar, por el influjo de la mediación mediática.

En guerra santa contra el fundamentalismo del pensamiento único preferí no desdeñar de manera tan pretenciosa como se está haciendo a diario, la infabilidad de los hechos, la elocuencia de lo efectivamente ocurrido, para ofrecer a cambio confirmaciones de los temas de la agenda. Con esfuerzo de mi parte (soy periodista) esto no debe ocurrirme, en aras del periodismo que anhelo siempre, ahora y nunca.

Las escenas de las calles de Buenos Aires de ese verano porteño del 2001, ingresando al almanaque y a la historia, a mitad de camino entre la epopeya y la crónica policial, igual que los aludes, barrieron los planos inclinados de la realidad argentina dejando la montaña al desnudo.

Pero con ser esto significativo, no fue lo más importante.

Lo más importante, lo sustancialmente diferente, la trascendencia de ese momento se halla en otro lugar y tiene otro escenario de realización.

Lo realmente fenomenal de esos días fue que los medios no pudieron servirse de sus palabras para enmarcar los sucesos. Como en el castigo divino de la Babel bíblica, los signos con los que se construían la realidad y se la ofrecía a los hombres, quedaron sin efecto.

Por un momento reinó el caos simbólico. No sé decir cuanto duró ese momento. Sólo sé que escribió la historia de esa extraña primera semana del verano del 2001/2002 y nos da hoy la posibilidad de revisar los textos de la bitácora.

Fue el interregno de lo asombroso asomándose desde una impensada dimensión.

No se trataba de algo posible aún cuando imprevisible.

Ese tipo de acontecimientos, por caso lo del World Trade Center, tienen una cuota paradójicamente esperable de sorpresa. Es un algo que, si extraordinario, pertenece al estrecho horizonte de lo posible; es parte de la agenda, tiene relato propio, rituales mediáticos que pueden abarcarlos e integrarlos rápidamente al mundo de lo comprensible.

Los medios tienen redes de contención para lo inesperado.

Pero lo ocurrido en aquella otra semana, semana argentina del verano del 2001/2002, de trascendencia más modesta, ingresaba por una puerta mágica mucho más que inesperada.

Repito, no se trataba de algo posible aún cuando imprevisible. Se trató de algo imposible, de algo que no podía pasar.

Un puñado de hombres surgían desde una conflagración de oscuridades.

La oscuridad del castigo social – mediático.

La oscuridad del desprestigio practicado en las pantallas y tal vez en la realidad.

La oscuridad que envuelve a los transgresores de la ética y la estética que propone ese mismo sistema.

La oscuridad de hombres oscuros. El regreso de los muertos vivos.

Reviglio, Grosso, Vernet, tan asombrosos como asombrados. Y más allá los “gordos” de las CGT, antihéroes repulsivos, villanos de historieta. Y en un plano cargado de impudores un raro cóctel, las madres de plaza de mayo, el Ejército, y una oleada de “cachivaches” increíblemente resucitados. Una abigarrada caterva intolerable para las categorías social mediáticas acendradas en veinticinco años de historia.

Una sinfonía de la impertinencia.

Un estado paroxístico de la meta trasgresión.

Y la imprecación revolcándose en el discurso político, y la coloratura de lo ideológico mostrándose impúdica en el gesto y las palabras de esos extraños personajes.

El credo diabólico rezado al final de aquel discurso del 23.

Remezones, rajaduras en la tierra, erupciones, confusión, caos.

Pasó.

No podía pasar y pasó.



No debía suceder y sucedió.

Y cuando así es, el sistema enmudece. Ese silencio momentáneo deja escuchar otros sonidos, otra música. Deberíamos proponernos fijarla en una partitura, asegurar su sintagma en un claro pentagrama, para que pueda ser reproducida, entendida y evaluada.

No sé si se podrá.

Es necesario que los argentinos sepamos de esa música subterránea tal como se dio. Tanto más ahora que el sistema ha recuperado la voz y, asustado por la magia del acontecimiento, pretende ensordecernos con sus gritos y enceguecernos con la prepotencia de sus imágenes reconstruidas.

Es la previsibilidad de la actualidad contra la imprevisibilidad del acontecimiento.

Empecemos a tararear.

Silbo esta melodía. Lo que acontece viene. Viene de fuera del "vademécum" de hechos que enciclopedia el sistema mediático y que llamamos actualidad.

Lo que acontece es lo que es suceso en cuanto que no está previsto que suceda.

Lo que acontece viene, sorprende, enmudece al sistema, desorbita las lentes miopes de los medios y genera el caos, el desconcierto simbólico, la locura de la cordura recuperada.

Algo que un periodista debe ser capaz de ver.

# Capítulo IV

## La verdad verdadera

### (Los Nuevos criterios de Verdad)

**‘Hay algo que me cuesta y que no deja de costarme siempre los mayores esfuerzos: comprender que es muchísimo más importante saber cómo se llaman las cosas que lo que son. La creencia en la reputación, el nombre, la apariencia, el valor, el peso y la medida habituales de una cosa – que en un principio fueron algo erróneo y arbitrario que cubrió a la cosa como un revestimiento totalmente extraño a su naturaleza e incluso a su epidermis-, la creencia de todo esto, digo, transmitida de generación en generación, se fue convirtiendo en el cuerpo de esa cosa, en solidaridad de algún modo con su crecimiento más íntimo: ¡ la apariencia primitiva acaba siempre convirtiéndose en la esencia y actuando como tal! ¡Qué locura supone pretender que bastaría denunciar ese origen, ese velo nebuloso de la ilusión para aniquilar ese mundo que consideramos esencial y al que llamamos “realidad”! ¡Sólo podemos aniquilar siendo creadores! – Pero no olvidemos tampoco esto: que basta crear nuevos nombres, nuevas valoraciones y verosimilitudes para crear a la larga “cosas” nuevas.’**

*La Gaya Ciencia. Libro Segundo. Aforismo 58. Friedrich Nietzsche*

Lo único que puedo decir a ciencia cierta de la verdad es que a la verdad se la busca. No hay revelación que sea capaz de ahorrarnos el esfuerzo, generalmente vano, de andar en su persecución.

La tradición judeo-cristiana nos ha formado en la ilusión de que la verdad se emparenta con la luz. Lo que tenemos vivido como especie, la llamada especie humana, da prueba suficiente de que la madre de la verdad es la oscuridad.

Andar tras de una verdad es tarea ardua, trabajosa, difícil y especialmente desalentadora. Porque esa vaga y tenebrosa respuesta a nuestras preguntas generalmente mal formuladas

que solemos lograr como verdad es huidiza, confusa y siempre insuficiente.

Pero al ser por naturaleza ilusos de verdad, es decir ilusionados con una verdad posible, nada puede resultarnos más existencialmente imprescindible como comprendernos capaces de avizorar la verdad. De manera que algo hacemos para evadir la frustración. Desarrollamos un trabajo que nos ayuda a eludir el infructuoso resultado de nuestro esfuerzo racional.

A su derredor, una vez hallada una “verdad” cualquiera, hemos sabido construir “lo verdadero” que es una consagración de la paupérrima verdad fugazmente alcanzada. Es un consuelo, o un consolador para ser más gráfico con el artefacto con el que hago la metáfora.

El arte es la última etapa de la falsificación, como bien se dijo. La falsificación es la última etapa de cada verdad hallada. Se trata del arte de ingeniería que calza las bases de esa verdad menesterosa sobre lo necesario, lo correcto, lo aceptable.

Esta tarea se hizo a lo largo de la historia con más o menos tino, con más o menos ingenio, con más o menos rigor. Desde las estructuras de los mitos a la naturaleza lógica de las hipótesis la vida humana es un intento de ponerle sitio a lo desconocido y clasificar todo lo que pueda presumirse objeto de interpretación.

En el seno de la sociedad mediática, que es la sociedad en la que vivimos, la construcción de la realidad se ha replanteado.

La construcción de la verdad es una tarea de los medios, pero los planos de la ingeniería son, como siempre, socialmente aprobados.

Vayamos detrás de esos planos.

-----

Conectarse con el inconsciente colectivo.

Años la he pasado buscando el enchufe. Hasta que di en la cuenta de que carezco de esa capacidad. Que sólo fugazmente logro hacer sonar mi corazón en una nota colectiva. No es que sea especial. Creo que es, en contraposición, porque

no lo soy. Pero tampoco soy vulgar. La vulgaridad y el no ser especial no son la misma cosa.

Hay en los medios tipos especiales, los que muchos podrían decir equivocadamente que son vulgares. Esos tipos, prueban en el largo de su tiempo, que son capaces de entonar espíritus, de tocar el alma del que los ve, del que los escucha, del que los lee. Lo hacen sin el menor cálculo, sin la menor intención demagógica. Como los que hacen doscientos “jueguitos” con la pelota sin que toque el piso, los que cuelgan la pelota de un hilo de goma imaginario. Les sale. Lo saben hacer. Lo pueden.

¿Quieren que diga?

Digo. Larrea, el gordo Soriano, Ardizzone, Carrizo, Mona Moncalvillo, Mareco, Fontana, Mesa, Oberdán Rocamora (para no nombrar al dueño del seudónimo), Martineithz, Juvenal, Diego Lucero, y tantos más.

Los corazones que tocan son corazones simples, pero corazones fuertes. O partes simples de corazones complejos y también fuertes.

Veamos otros.

Hay quienes juntan orejas, quienes halagan veleidades, creencias, supercherías, estupideces ajenas. Lo hacen a sabiendas, independientemente de que terminen siendo sacerdotes fanatiquísimos de esos credos idiotas. Lo hacen para juntar orejas, para satisfacerse en el número de audiencias. Así salen a los aires de los medios esgrimiendo sus verdades de supermercado, sus frases hechas, sus vestidos de ilustración postiza, su arrogancia. Hoy son mayoría absoluta, de modo que me ahorro los ejemplos.

Lo que hago es la diferencia entre unos y otros, porque hace a la diferencia entre la presencia legítima del sentimiento y la emoción en la comunicación y su utilización sistemática para la construcción de una “sensación de verdad”.

Los unos son especiales, los otros vulgares.

Esta vulgaridad es la llave maestra de una conversión increíble lograda por el periodismo hegemónico en los últimos veinte años. La conversión de la verdad en una “verdad del sentimiento”.

La verdad del sentimiento es no otra cosa que una sensación de verdad.

La sensación, una sensación, cualquier sensación, no necesita la criba de la lógica, la comprobación, la explicación, la prueba. La sensación está o no está, se logra o no se logra, se siente o no se siente.

Si se es capaz de generar un mecanismo que logre producir una “sensación de verdad” habremos logrado que se sienta como verdad algo que no necesariamente lo sea (o no lo sea) pero que al ser mera sensación, no necesita ser comprobada, ni demostrada, ni “puesta a prueba”. Basta con que sea sentida.

El mecanismo existe.

Lo que se hace es apelar a un conjunto de respuestas automáticas que deduzco de las audiencias. Generalmente se trata de respuestas relacionadas con sentimientos asentados en “la gente”. Sensación de inseguridad, odio y desprecio a la clase política, sentimientos de clase (desprecio y temor a las clases inferiores, envidia o admiración a las clases superiores), prejuicios, creencias estables, etc.

Se trata de moverse en consonancia con esas sensaciones. Los “hechos” deben ajustarse a esas sensaciones previas, deben ser “reinterpretados” en función de esas sensaciones.

Así, y en virtud de la regla de este mecanismo, el mismo hecho puede servir para producir distintos, y aún antagónicos “sentimientos de verdad”.

Un individuo del sexo masculino, treinta años, arrebató una campera a una mujer anciana. Pareciera que este “dato” posee su propia elocuencia y es, por lo tanto, de muy baja ambigüedad.

De facto lo es, pero eso no impide que pueda, “bien tratado”, producir diversas sensaciones de verdad. Bien puede, por ejemplo, demostrar el grado de indefensión que se vive en la calle, y contribuir a la “sensación de inseguridad” que por lo tanto resulta ser mayor que la propia inseguridad.

Agréguense a la descripción del hecho referencias ciertas, pero subrayadas, como “en pleno centro y a la luz del día” y el efecto será logrado. No importa que la estadística histórica indique que la mayor cantidad de crímenes se cometen en los centros de las megaciudades y especialmente durante las horas de mayor circulación, las del día. Las películas de atracos nocturnos en el Bronx y las historietas con ladrones entrando bolsa en mano con sonrisa y sigilo a altas horas de la noche, con linterna, antifaz y remera a rayas, son imágenes más fuertes que cualquier dato estadístico.

Pero si por el contrario se hace referencia a las penas aplicadas a estos delitos en los anales de la justicia, se puede presentar el ejemplo de que el robo con uso de la fuerza de una campera se castiga con cuatro años de prisión, la misma pena que le cupo al Brigadier Agosti, conspicuo ejecutor político de la dictadura militar 76/83. Tal referencia “reinterpreta” el dato, reconfigura el hecho. Así, lo que estoy abonando es el hecho de los mayores castigos se aplican “a los ladrones de gallinas”, un sentimiento de verdad, que trae verdad, pero solo de a chorros y en partes.

El mismo hecho puede servir para “hacer sentir” todas las verdades posibles. Desde que los ladrones “entran por una puerta y salen por la otra” hasta que “sólo pagan los pobres infelices”. Alcanza con encajar la frase precisa con la emoción prevista, para que sea verdad porque se siente como verdad.

-----

Hay un periodismo que ha logrado invertir el “efecto discursivo” del pastorcito mentiroso, ya que cuanto más mienten más se les cree.

Pero si alguna vez la realidad de fuera de los medios los atropella, acorralados, son capaces de decir cualquier cosa, como por ejemplo ante la ausencia absoluta de pruebas de una noticia, y su reemplazo por dichos y suposiciones, argumentar su derecho a presentar no pruebas jurídicamente válidas sino **“pruebas periodísticas”**.

Si. Pruebas periodísticas. Un tipo de prueba que se arroga como prueba aunque sea incapaz de probar nada. Una prueba que no prueba. Una excepción al juego, como los comodines, que bien pueden ser lo que queramos los que los tengamos en la mano.

Y los periodistas del periodismo hegemónico tienden a jugar sólo con comodines en este juego de construir la verdad.

-----

Emoción verdadera, igual a verdad. Esta es una ecuación que puede confundirse con la anterior, pero conviene marcar las diferencias.

Pinti no es periodista. Pero bien podría serlo. No por cómico, ya que cómicos en la profesión abundan, sino por su manejo de técnicas que son de las más frecuentes y emblemáticas del periodismo hegemónico.

El humor siempre ha sido un embrague fenomenal para introducir verdades en las culturas dictatoriales. Una tolerancia solo homologable a las ignorancias propias de esas culturas, han permitido que el humor sirva de vehículo para reflexiones sobre la realidad que de otra manera no podrían resultar tolerables.

Fuera de las dictaduras clásicas, la dictadura del pensamiento único, ha tomado al humor como vehículo de consolidación de creencias, es decir con una función diametralmente opuesta.

Pinti hace de ese humor. Y sinceramente creo que no sabe lo que hace.

Es un humor extraordinario, porque logra el efecto emocional de la risa, la carcajada hasta las lágrimas. Cuando río así, como en "Salsa Criolla" por ejemplo, llego a "olvidar" lo que se de la historia de los argentinos que resulta evidente Pinti desconoce. Tanto río, tanto me emociono de hilaridad, que dejo de saber lo que sé de esa historia, que siendo muy poco es infinitamente más de lo que el buen Pinti sabe.

Pero si miro a mi derredor, al no saber quienes me rodean, ni sus saberes ni sus ignorancias, puedo bien suponer que tanta risa biendispone para que crean como ciertas los dislates caprichosos de ese monólogo ramplón.

Si la risa es legítima, si la emoción es verdadera, lo que traen esas aguas debe ser verdad.

El periodismo hegemónico, el que mata al periodismo, tiene el arte de Pinti, pero a diario y sobre todas las realidades que componen “la realidad”.

Logran movilizar humores que inmovilizan la inteligencia de los hechos y de las cosas. Y muchas veces aceptamos por no contradecir esos humores nuestros.

Porque uno, querido lector, uno, no puede ser, no puede aceptarse tan estúpido.

-----

Lo que se juega aquí dista mucho de producirse en el seno de la dupla verdad/engaño. Ese proceso no se estructura y desestructura sobre los polos de lo verdadero y lo falso. Lo que importa es de qué manera “la verdad” o el “engaño” se vuelven irrefutables en la lógica interna de la construcción. En este sentido conviene recordar que cosa es el engaño.

El engaño es un trato mutuo, lo mismo que las otras formas de la comunicación.

Solemos creernos receptores inocentes del engaño del otro, pero incluso entonces, aún cuando efectivamente hemos sido engañados, es difícil descartar el papel que han jugado nuestras necesidades, valores y expectativas en las decisiones comunicativas de los demás.

Estamos mucho más expuestos a las manipulaciones del otro, a creer verdad las mentiras del otro, a creer propias las necesidades del otro cuando el otro es lo suficientemente hábil como para “ponerse en nuestro lugar”.

Muchas de las psicopatías han demostrado un desarrollo exacerbado de la capacidad de penetración en el campo psíquico del otro. El Aníbal Lecter original, el de las novelas y el de la primera película de la saga de Anthony Hopkins, “sabía” los pensamientos de su interlocutor.

Esta posibilidad está dada no por la efectiva “lectura de la mente” sino por la capacidad de manejo y de estructuración de la situación de comunicación que el psicópata efectivamente tiene. El resultado es que se impone como propia una idea, una opinión o un tema que en realidad es introducido por el otro a sabiendas de lo apropiado que esa idea, opinión o tema es a la



situación efectiva de la comunicación que se da en ese preciso momento.

Pues bien: los medios tienen esa capacidad. Una capacidad resultado de la posición otorgada por el sistema social en la tarea de la mediación.

El límite de lo tolerable en la relación engañosa lo pone el sentimiento de la preservación de la autoestima. Lo que se defiende no es la veracidad de los hechos aceptados sino la capacidad propia de aceptar o signar como veraz un hecho. Lo que está en juego en cada interacción mediática es la conciliación entre la satisfacción de expectativas valores y necesidades que cargarán de veracidad o falsedad un hecho y el riesgo de que tal asignación produzca en la autoimagen. Muchas veces un hecho es aceptado o asignado o signado para refrendar un valor.

La gente asume las versiones de la realidad que le son impuestas al menos con igual frecuencia con la que crea sus propias versiones de la realidad. Las concepciones de la realidad, en este sentido, son tan prestadas como propias.

-----

Siempre el rumor, la maledicencia, el aserto irresponsable y el infundio, circularon con variada libertad y diferente destino en el seno de las sociedades.

Hasta no hace muy poco, el derrotero de esos dichos encontraba su límite en algún lugar. Las instituciones sociales servían como paredes infranqueables para estos abejorros. No sólo en la justicia, en dónde apenas tiene valor aquello de lo que “podemos dar fe”, sino en general en lo que llamamos espacio público.

En efecto, el espacio público era un lugar en el que no se podía decir por que sí cualquier cosa respecto de cualquier persona sin contar con una desacostumbrada audacia y sin correr un riesgo especificado por la norma o el uso.

Muchas cosas han cambiado a este respecto debido a: El cambio del espacio público, la comprensión de la información como mercadería y la banalización y venalización de la profesión periodística.

El cambio del espacio público es, esencialmente, su reubicación en las pantallas de la televisión. Los códigos sociales se vuelven ahora parte de los códigos de producción televisiva.

La información es una cosa que se produce según las leyes del mercado. Nada debe contradecir los apetitos, las creencias y las necesidades del consumidor. Hay más lugar para el engaño que para la verdad mal recibida.

El periodista, con más o menos resistencia, se entrega a los favores de una fama construida sobre esas bases tan ajenas a la naturaleza de su profesión. Es un actor de las noticias. Deja de ser un notario de hechos comprobables para ser un notorio por la simple acción de la exposición mediática. Y cuando se es eso, eso comienza a ser su razón de ser, sostenida a cualquier precio y bajo cualquier condición.

-----

-Ten-gou-nai-de-a- silabeó acompasando de golpecitos sobre la tecla de “enter”.

-A-te-so-ra-la- le contestó Pablo acostumbrado a los raptos de lucidez del cuarentón largo de su socio.

-Te cuento- continuó, ignorando el rebote y la ironía.- Ofrecemos un servicio de clipping a los informativos de los canales mediante el cual les hacemos saber cómo es que ellos participan en la construcción de la agenda de los medios.-

Pablo lo miró por encima de la pantalla. Hacía un par de años que habían entrado en el “negocio” de monitorear medios, de medir para otros los dichos de los diarios, los temas, las menciones, la incidencia de sus clientes en los temas de tratamiento mediático. Cacho era su socio. Mayor que él, con una inteligencia insidiosa y tendencia a descubrir el agujero del mate, Cacho solía irradiarse casi extasiadamente.

-¿Qué?- interrogó más que nada para darse tiempo a la siguiente pregunta.

-Sencillo- auguró- Le decimos a cada cliente qué tema propio, inédito, exclusivo, colgaron de la agenda de los medios. Es decir, que goles metieron. Iniciamos un juego nuevo, un juego como el del rating, pero otro juego. Un juego que consiste

en ver qué porcentaje de los titulares del día son capaces de producir, cómo participan, en cuánto participan de esa primera plana que los engloba a todos. La bendita agenda. ¿Me entendés?

Lo entendía. Entendía que, en el afán de competir, los medios podrían interesarse en una medición de esas características, con tanta fruición como lo hacían con el servicio de medición de audiencias de IBOPE. Pero lo que Cacho no entendía era algo que él entendía. Los medios no podían anunciar sus logros en una competencia como esta. Era impensable que el 9 saliera a decir: “Señores, esta semana nuestro canal produjo el 31 por ciento de los temas de primera plana del país”. Eso era como reconocer que “la realidad”, “lo verdadero”, era, en última instancia una capacidad, una habilidad de los medios, de uno u otro medio, como la habilidad de atraer audiencias, y no una realidad real, una verdad verdadera. Quizá pudieran comprar ese servicio de “capulina”, simplemente para saber. Pero lo veía difícil.

La agenda es una realidad hecha entre todos los medios, un juego de pulseadas, o mejor un malabarismo, un arte de magia. Los medios jamás aceptarán que se ponga nadie detrás del tablado a develar los trucos.

-Cacho- dijo por decir y dejar de hablar- ¿Querés que cebe unos mates?

-----

Cuando es posible hacer “sentir” verdad, cuando la autenticidad de las emociones que se despiertan afirman ese “sentimiento de verdad”, nada impide que “hechos” tomados y combinados al antojo, se conviertan en ladrillos sustento de las opiniones.

Antes de continuar, me resulta imprescindible dar unas opiniones respecto del valor y la calidad (y aún la naturaleza) de las opiniones.

El buen criterio democrático de que todos tenemos derecho a opinar ha producido una lamentable confusión, puesto que hay quienes creen que esto se traduce en que todas las opiniones valen lo mismo. Si así fuera, si todas las opiniones tuvieran el mismo valor, la opinión carecería absolutamente de valor, puesto que perdería su función y su sentido en el interior

de los discursos sociales, que es formar corrientes, ordenar criterios confluentes, abrir las puertas a nuevas formas del pensamiento y de la comprensión de la realidad. Serían las opiniones meras “deposiciones” en una mar de intrascendencias.

Por supuesto que esto no es aceptable. Sin embargo no hay dudas que existe un animo peyorativo para con las opiniones, animo que viene, imagino, del corazón mismo del positivismo del siglo XIX, cuando se ostentaba como paradigma del pensamiento científico.

Este ánimo, puede representarse contemporáneamente con esta frase que se usa frecuentemente como intento de descalificación de una postura cualquiera: “Bueno, a fin de cuentas, sólo se tarta de opiniones.”

El periodismo no se mantuvo ajeno a este criterio desmerecedor de las opiniones en particular y de la opinión en general. Un gran festejo a las dotes de la concisión, de la remisión a los hechos, de la supuesta “objetividad”, suponía la excelencia misma de la condición periodística al extremo de formular un prototipo profesional aséptico de toda exterioridad. No está demás decir que tal figurada asepsia fue, y siempre será, funcional a los regímenes dictatoriales con sus criterios de moderación, su concepción de la seriedad confundida de solemnidad.

Pero también hubo, cuando los aires de la República mejoraban, una reconsideración de la opinión como valor. El periodismo hegemónico, que muta de piel con mayor habilidad que los ofidios, ha sabido consagrar a la opinión como necesidad y rasgo destacado de lo profesional “luego de las oscuras horas de la dictadura”. El periodismo de opinión vuelve así a recuperar su reputación oficialmente. Y digo oficialmente, porque está claro para mí que siempre tuvo excelente reputación en tanto fuese ciertamente periodismo de opinión.

Sin embargo, a poco trecho, el periodismo de opinión fue nuevamente desplazado. La aparición de la denuncia, con sus formas conmocionantes y su contundencia, pero también con ese parentesco remoto que tiene con el chisme y la delación, generó mejores expectativas entre un “público” (diría Alsogaray) ya forjado en la cultura de la imagen y algo perezoso para encontrar disfrute en las complejidades de los criterios de opinión.

El periodismo de opinión debió entonces adecuarse a los nuevos tiempos y a los nuevos “consumos” y se regeneró en una subespecie.

Este regenero se mueve bajo unos parámetros que concentro de esta manera:

Opino y solidifico con mención de hechos o referencia a hechos.

Así, si digo que el fascismo es un antihumanismo, no debo exponer las bases de mi opinión sino “probarlo” con hechos.

Probar que el fascismo ha tenido poco aprecio por la condición humana parece fácil, podría bastar con mencionar las atrocidades cometidas durante la entreguerra y la segunda Guerra Mundial.

Pero ya en el terreno de la opinión deberé decir más cosas para demostrar las bases sobre las que sostengo esa opinión sobre el fascismo. Deberé definir claramente el criterio de “humanismo” que concibo. Deberé no confundir “humanismo” con “humanitarismo” y con “humanidad” en el sentido adjetivo, y además explicar las diferencias. Deberé desbaratar el concepto de “raza superior”, “supremacía del más fuerte”, “voluntad de poderío”, que son utilizados por el fascismo para decirse el “verdadero humanismo”. Deberé sostener mi idea con un edificio de ideas.

Repito: Deberé sostener mi idea con un edificio de ideas.

Pero esto no expresa de ninguna manera una desvinculación con la realidad. Toda vez que aceptemos que eso que llamamos realidad es, en gran modo, un conjunto de ideas que tenemos “sobre” la realidad, entenderemos por qué razón la opinión versa acerca de la realidad y de ninguna manera le va en paralelo.

Este “periodismo de opinión” ha caído en desuso lo que ha empobrecido al periodismo de opinión y al propio periodismo en consecuencia, el que toda vez que, por ejemplo en la Argentina, necesita vestirse momentáneamente de “pensamiento de hondura” recurre a un listado de “pensadores” que están allí solo para ratificarle al “público” lo tedioso y dificultoso que resulta la opinión en estado puro.

La televisión resuelve esto muy fácilmente, con un listado más económico que incluye sólo a Sebrelli, Abraham y Aguinis,

que actúan de presencia, ya que la tele solo requiere que posen unos segundos delante de las cámaras, hagan unos mínimos amagues y sean reconocidos públicamente como “intelectuales” probando que la televisión da también de esos jarabes.

Mientras tanto, el otro periodismo de opinión, el que opina apilando hechos, meneando estadísticas y contrastando diapositivas, ocupa todo el lugar posible para que se siga ahondando el desprecio por la pura opinión.

-----

¿Y la opinión sobre los hechos? Nunca pasa de ser una ensarta de lugares comunes. Hay hasta temor por apartarse de lo que se supone “piensa la gente”.

En la década del 30 un tranvía cayó al riachuelo. Raúl González Tuñón plasmó sobre ese hecho una mirada, y la mirada se constituyó en una de las páginas más insignes de la historia del periodismo en la Argentina.

Ni el periodismo ni la literatura, ni aquí ni en el resto del mundo, anda pariendo hombres como Tuñón todos los días, es cierto. Pero eso no quita que el afán de darle a un relato el simple eco de las sensaciones que ciertas realidades a veces nos provoca, sea necesario.

Sigue siendo necesario contar.

Como contrapartida, en el polo del exceso, hay un periodismo autoreferencial, sobre el que hemos puesto ya alguna pincelada. Es un sonsonete perpetuo de “Esto que a mí me pasa”, un esfuerzo digno de otra causa, por hacer polifonía para una melodía propia, con las voces y los dichos de los otros.

-----

Informar es hacer asistir. Mostrar es atestiguar.

Estas dos admoniciones no están escritas en el frontispicio de ningún edificio de empresa periodística alguna. Pero sí están inscriptas en el corazón mismo del periodismo hegemónico.

Informar es hacer asistir.

No hay mejor manera de que te enteres que por tus propios ojos, por tus propios oídos.

Dejame llevarte. Dejame ponerte en el centro mismo del hecho. Seguime Chango.

Qué te puedo contar si lo estás viendo.

Ignacio Ramonet augura por esto la prescindencia futura de la función periodística.

Sabrás el lector a esta altura, que las razones que construyen esta exhortación ante la inminencia de la muerte del periodismo, exceden largamente esta sola evidencia.

No es la supresión de la mediación que el periodista produce entre los hechos y el público lo que hace a la desaparición del periodista. No.

El periodista o lo que sea estará allí, siempre allí suponiendo una tarea que ya tal vez no cumpla, sólo que con otras habilidades o falta de ellas, sólo que con otra ética, otro sentido de la vida, otra imagen de sí mismo.

Lo que muere es el periodismo tal como fue concebido, y la aterradora “otra cosa” que asoma a diario en los primeros planos de los medios ratifica el mal augurio de que, con la muerte del periodismo, morirán órganos vitales del sistema democrático de Occidente.

-----

Una euforia creciente recorre con él el tumulto. Gentes discordantes con el material histórico de las multitudes. Las ropas, los olores, el espacio que dejan entre ellos era diferente a la experiencia que había tenido dieciocho años antes cerca de allí, en el Obelisco, cuando Alfonsín y el peronismo, cada uno y por separado, podían reunir a 800.000 personas en una sola jornada. Por supuesto que estos eran menos, pero hacía rato que nadie, absolutamente nadie podía convocar a 10.000 personas para nada y en ningún lugar.

Otra cosa llamó su atención. A su paso, con la cámara al hombro, iba vivificando la manifestación. Como si la luz tuviera la virtud de animar a las personas que se habían reunido allí, de manera “espontánea”. A medida que recorría los grupos estos abandonaban un clima de expectación y de simple estancia para reavivar sus consignas, llevar la voz al grito y poner el cuerpo en la manifestación de bronca y de rechazo.

- ¡Qué se vayan los ladrones – decían buscando un plano de cámara – no queremos más corruptos! -.

Cuándo Miguel se detenía con el micrófono se producía un torbellino en su derredor, pero curiosamente nadie rompía la línea de la escena que la marcaba él con la boquilla de la lente. Todos frente a la luz, como los bichitos de la noche veraniega frente al fanal. Era un descontrol controlado, formateado sin premeditación por los ritos escénicos de la televisión.

Se dio cuenta que la manifestación difería de la de una semana atrás en mucho. Entonces, el carácter inédito del hecho, y la imprevisibilidad de sus consecuencias no había dejado lugar a otro sentimiento que el de la bronca que se contempla a sí misma. Ese día las personas estaban allí desbordadas por algo que no eran ellos mismos. Era lo colectivo que se asomaba sorprendiéndolos, sin organización, atropellando desde un deseo que se hacía número y violencia de manera constante y creciente.

Pero esto no. Había un regodeo, una euforia casi feliz y una conciencia demasiado evidente de estar saliendo por la televisión.

Cuando apagó se sentó en un banco de la plazoleta mientras Miguel atendía una llamada del celular. Encendió un cigarrillo y recordó un hecho que le había contado alguna vez alguien en un curso de fotoperiodismo. Elaine Sciolino, periodista del Newsweek estaba cubriendo la manifestación iraní frente a la embajada norteamericana durante la crisis de Teherán. Su descripción de los hechos le había impactado profundamente: *“La multitud está actualmente tan sofisticada que agita sus puños en silencio mientras el operador ajusta los objetivos. La gente sólo empieza a soltar alaridos cuando entra en escena, con su micrófono de ambiente, el técnico de sonido...”*.



Volvió con la mente a Buenos Aires. Grosso ya había renunciado al cargo que provocativamente le había asignado Adolfo Rodríguez Saá.

Más tarde esa gente se iría ante el primer estallido de los lanzagases y empezarían las corridas. Miró por el visor de su cámara apuntando al balcón central de la Casa Rosada. Fijó el foco cuidadosamente y dejó que desde la sonrisa se le escapara la onomatopeya:

- Bang ¡- volvió a sonreír - ¡Bang Bang!-

-----

Claro que informar no es hacer asistir. Claro que mostrar no es atestiguar. La asistencia, el llevar al televidente de la mano por entre los desfiladeros del hecho es hacerle “sentir” que está informado. La información es también un relato, pero un relato que dice algo y más que algo sobre la “cosa” que relata.

Cada hora vemos como el periodismo hegemónico lleva a las audiencias a enfrentarse con la esfinge sin darle las respuestas a las preguntas que de ese monstruo de la realidad salen a borbotones.

Te cuentan que comió Cavallo en prisión, si arroz con pollo o ravioles sin sal por la hipertensión. Pero no saben explicarte nada de la situación política, ni del estado judicial, ni en perspectiva ni en prospectiva, nada.

Solo te dejan esa sensación de cercanía, ese estar “a tiro de piedra de la verdad”. Sentimos el hedor del aliento de la esfinge y creemos saber qué va a pasar.

Pero no sabemos.

No sabemos que el monstruo abrirá la boca para proferir la pregunta que no nos ayudan a responder.

No sabemos que esa falta de respuesta será la razón por la cual, cumpliendo la predicción mítica, el monstruo nos arrojará al abismo.

# Capítulo V

“Tu me acostumbraste...”

## (La Operación Mediática)

*“Al lector le toca, ahora que yo he cumplido con todo, cumplir con su deber: debe hacer como que cree.”*

*Cirugía psíquica de extirpación.  
Macedonio Fernández.*

Hay un hacer sospechado en demasía por la propia actividad periodística. Se trata de una demasiado supuesta capacidad de influir sobre una determinada corriente de opinión, una determinada imagen o un determinado acontecimiento, a partir de una acción periodística. A esto se le llama “operación de prensa”.

Las hay. Las abundan.

Todo parte de una capacidad que tienen los medios que yo llamaría aquí, a falta de una frase más ajustada, imposición de tema.

Plantarme con una cámara o un micrófono ante alguien y preguntarle: ¿Es usted pederasta? Y someter al interrogado a dar explicaciones por la negativa para la que no está preparado es, groseramente, un ejemplo de esa potencialidad.

Con el temor sobre ese “poder de fuego” es que se producen las operaciones de prensa.

Con ser abominables, dudo a esta altura que su objetivo real sea el que proclama. Me tienta cada vez más a creer que el producto “operativo de prensa” es consumido en un mercado muy específico, el mercado de los “interesados en el tema”.

La clase política descubrió hace algunos años, como un personaje de Stephen King, un poder que terminaría volviéndose en su contra.

En 1985 conocí personalmente a Adelina Dalesio de Viola. Fue con motivo de una breve entrevista para un programa de radio en el que hacía las veces de moderador político. Con precisión era setiembre y en la Radio Splendid.

Como en cualquiera otra radio que no manejara la coordinadora, proliferaban los programas políticos alternativos que iban desde los “carapintadas” hasta los peronistas marcados por el S.O.R. (Servicio Oficial de Radiodifusión) que no tenían lugar ni en Belgrano ni en Excelsior.

Me llamó la atención la familiaridad con la que me trató. Fue el paso previo a mostrarse “conocedora de mis intereses profesionales”. Por entonces campeaba la primicia donde hoy campea la denuncia y, era de suponer que todos nosotros, los periodistas, precisábamos de esa familiaridad para poder “estar en la cosa”. Muchas veces después reconcí esa simbiosis malsana entre periodistas y políticos que no radicaba en comunidad ideológica alguna sino en intereses tácticos: “una mano lava la otra y las dos...”. Sorprende hoy ver a periodistas que profesaban exageradamente esa dependencia de los políticos arremeter contra ellos con tan furiosa reprobación.

- Ya vas a ver...le voy a hacer flor de quibombo...” - Me parece recordar que hablaba de Alsogaray. – Ninguno de estos se aguanta una puteada- sentenció mientras inclinaba su cabeza hacia la mía en un ángulo de confidencialidad. – Yo te voy a avisar.-

El juego del escandaleta o de la “primicia” era así una construcción asociada de dos necesidades, la de generar un “hecho político a través de los medios” y la de producir un hecho mediático a través de la “política”. Sin ser pionera Adelina fue una conspicua y modelar representante de este accionar en lo que duró su carrera.

No me gustó. Me hacía sentir una cosa que parecía era “esencial “en mi profesión y que yo no podía adoptar desde mi condición “esencial”. Perón decía que los periodistas podían ser peronistas o cualquiera otra cosa pero siempre eran más periodistas que cualquiera otra cosa.

Ese día sentí que conmigo tenía razón.

No me gustó.

-----

La realidad mediática encapsula y neutraliza cualquiera otra realidad. En los medios “algo” puede ser nombrado y al mismo tiempo desconocido y desaparecido de la reflexión. Las reglas de la lógica se disuelven en la lógica de los medios.

A principios de mayo de 2002, el programa “Hora Clave” conducido por Mariano Grondona recibió algo más que una visita.

La troupe completa de Daniel Hadad sorprendió a todos en un conato de “análisis conjunto de la realidad de dos equipos periodísticos”. En los bloques ocupados los periodistas analizaron poco y se dedicaron especialmente a poner en escena un operativo de prensa que podría llamarse desvergonzado si la vergüenza contara en estos casos.

El anuncio se hizo desde la boca de todos: la semana siguiente era una semana definitiva para Duhalde. Antonio Laje, con un flequillo tan ralo como sus intelecciones se aventuró aún más: “la crisis que se avecina se lo lleva puesto al presidente”.

Unos días antes, cuando la caída de Remes abrió una peregrina puerta a la salida del “pensamiento único”, el grupo Hadad había jugado fuerte contra cualquier cambio de rumbo presumido. Los estacazos mediáticos a los tobillos de Duhalde dieron resultado. Ahora, entre otras cosas el nombramiento de Caamaño, mujer de Luis Barrionuevo, y el acercamiento relativo que este producía a la CGT de los gordos había encendido una vez más la luz de alerta a los grupos económicos que le permiten a Hadad hacer independiente su periodismo.

Había que salir a dar duro.

En un segmento de la charla “analítica de los dos grupos periodísticos”, curiosamente, se mencionaron diferentes operativos de prensa realizados contra la Caamaño y cuya autor intelectual sería Atanasoff, con la previsión de que este no era el único enemigo de “la negra” en el gobierno de Duhalde.

Realmente fue todo un momento que pareció nacimiento de confesiones. Se hablaba de “operativos de prensa”. Pero todo quedó allí.

La “corporación” que no debería ser corporación actuó tan apretadamente como la mafia. Nadie se preguntó con qué hombres de prensa se hacen los operativos de prensa. Pues está claro que sólo con los medios y en los medios es posible la realización de tales operativos. Es más: si se lo mira desde el lado de la política, un operativo de prensa es una forma más de la política. Pero si por el contrario se lo mira desde la actividad periodística un operativo de prensa es una deslealtad para con la opinión pública y una terrible falla a la ética profesional.

Este fue el primer acto de desaparición de un hecho que se menciona. Se hace referencia a un operativo de prensa pero en el mismo acto de hacer referencia a él la magnitud del hecho: “el operativo de prensa” se pierde, se desvanece, desaparece.

Y más curioso aún, casi como en un cuento de Borges, esta mención sobre los operativos de prensa se hace en el interior mismo de un operativo de prensa, generando seguramente un golpe de *rating* perfectamente al servicio de lo que se pretendía lograr.

-----

En los 90 se inició la moda de “humanizar” a los candidatos políticos a lo que fuera.

Lo que comenzara como un remilgado esbozo en los almuerzos de Mirtha, una vidriera que siempre reservó silla para el poder político aún cuando llevara uniforme en plena dictadura, se convirtió en omnipresencia mediática.

La cama de Moria, los esqueches de los programas humorísticos más afamados, las mesas de café de los sets, o cualquier oportunidad de unos segundos al aire más distendidos que los impuestos por la “formalidad” de los programas políticos se convirtieron en el laboratorio de esa “humanización”.

Claro, debe resultar difícil advertir en la actualidad esos cambios suscitados en ese tiempo, inexplicable la necesidad de los políticos de acercarse o intentar acercarse a la “gente” por esa vía, cuando dos de las tres figuras en la que se asienta la

imagen de la política en el país de hoy son dos construcciones mediáticas. Digo (así dice ella), Lilita Carrió, versión femenina de Torquemada y López Murphy, el súper administrador que jamás administró siquiera un consorcio de edificio. Uno y otro construyeron su existencia pública píxel a píxel en la pantalla de la televisión.

Pero por entonces, la esmirriada clase política argentina, diezmada veinte años atrás y envilecida desde su regreso al ruedo, creyó necesitar un toque de desacartonamiento para acercarse más a sus votantes. Si bien Alfonsín había hecho de la publicidad y de la imagen instrumentos de la política, Menem ya había probado que el farandulismo también daba réditos. Así que nadie dudó en morder la lencería de Moria ni en calzarse la nariz roja para lograr el “descenso” a la altura de las “masas”.

No imaginaban, pobres, que tanto desenfado enfadaba más y más a las “masas”. Porque no advertían, tontos, que el negocio poco a poco, lo iban cerrando los medios.

Los medios lanzan sondas a la sociedad. Y esas sondas, esos dispositivos de prueba, miden temperamentos, corrientes de creencias y opiniones, y traen información. El desprecio por la clase política ya se había manifestado en otros momentos de la historia argentina, pero jamás con la explicitud que comenzó a darse por aquellos años.

Los medios advirtieron con claridad ese desprecio, y comenzaron a darse cuenta que ellos podían sin temor a una derrota disputarle el poder de la mediación a la política.

En el último tiempo, esa voluntad de reemplazo se hizo más que evidente, a punto tal que hubo programas que iban delineando candidatos y no ya sólo candidatos que sin formación política surgían de esas pantallas.

Pero yo había visto personalmente, sobre inicio de esa segunda década infame, como se gestaba esa voluntad.

-----

No era el único tabique que los separaba. Pero éste era de mármol. Un par de minutos atrás, la misma pulsión los había movido de sus asientos de miembro del "Club del Siglo XXI", una creación de Avelino Porto, aquel moralista predemocrático que

en nombre de la Universidad de Belgrano había paseado sus modelos teóricos por la televisión neustadiana de principios de los 80. El otro y Bernardo precisamente eran invitados permanentes a esos almuerzos de los jueves una vez por mes en el Jockey Club, y con ellos empresarios, periodistas, sindicalistas, todos componentes de una selecta cincuentena que Porto intentaba convertir en la plataforma de su despegue político. Así sustentó en los oídos de la corte menemista lo que le confirió la candidatura a senador por el justicialismo que concluyó con su derrota a manos de Fernando De la Rúa.

Orinaban contiguamente, con esa incómoda y falsa suficiencia con que los hombres orinan en ambientes públicos. Ese mediodía le había tocado exponer a un importante empresario periodístico, a la sazón cabeza principal de uno de los principales grupos empresarios del sector. El orador había dedicado todo su tiempo a naturalizar lo que él consideraba un nuevo derecho y un nuevo destino de las empresas mediáticas.

“No sólo tenemos el derecho de construir la noticia, tenemos la obligación de hacernos cargo de las mediaciones públicas. El periodismo tiene como producto la noticia, no la verdad. La determinación de la verdad o la falsedad de una noticia es asunto a develar por los historiadores, no por los periodistas. Pero el periodismo tiene que lograr para afianzar su libertad de expresión su libertad económica, fundamentalmente de los anunciantes públicos. Para eso deben tener estructuras económicas multimediales. Si los medios logran esta doble independencia, expresiva y económica, y si son capaces de manejar con dinamicidad y oportunidad la noticia, el sistema mediático está destinado a convertirse en el gran redistribuidor de la mediación social”. Quien así decía no estaba haciendo otra cosa que sincerar el apetito que el sistema mediático tenía sobre la capacidad mediadora de la política. La verdadera política, es decir la verdadera mediación, debía estar a cargo de quien pudiera ejercerla con eficiencia: los medios de comunicación. Por entonces todavía podía verse en la televisión argentina un programa de producción británica llamado “Max Headroom”. La serie describía un mundo tal como el que se estaba anticipando en ese almuerzo del Jockey Club.

Bernardo suspiró levemente en sintonía con el relax de su vejiga.

- ¿Oíste lo que dijo? Por un momento sentí un escalofrío correr por la espalda.....- para terminar sentenciando: -este tipo está loco.

Salieron casi juntos. Yo un poco después. Por lo que sé Bernardo, con el tiempo, había asumido la amenaza como una *raison d'être* del periodismo de la última década del siglo. El otro, que era Carlos Grosso, tal vez hoy aún no lo haya entendido del todo. Sobre todo si se atiende a la forma inocente e infructuosa con que se prestaba a entrevistas televisivas en búsqueda de una reivindicación.

Yo salí de ese baño unos minutos después. Acostumbro lavarme las manos.

-----

-Vendemedias – tosió en asfixia para repicar como campana de panqueque – vendemedias, nada más que un vendemedias.

Dos horas atrás el vendemedias se había presentado con su look *trajenegrocamisablancasincorbata*, acompañado de su socio *trajenegrocamisacelestesincorbata*. Los mafiosos siempre se inventan un uniforme, recordó a su abuelo piemontés decir en las fiestas familiares.

La charla se pareció bastante a la que, imaginaba, tenían los enfermos terminales con esos especialistas en imposición de mano o curadores de palabra. Una charla que le movió el ánimo entre la desesperación y el aturdimiento, la fe inconcebible y la resignación.

Estaba hasta las manos. En realidad, acostumbrado a manejar las situaciones, por no saber cómo estaba, se sentía hasta las manos.

Dos semanas atrás había recibido una visita. Otra visita de *trajenegrocamisavayaunoarecordarquécologyincorbata*. En realidad no tenía memoria certera de los contenidos de la charla porque no le interesó en absoluto el volumen del negocio.

Si vio (porque él siempre veía) que los tipos podían mover otros negocios y por eso sólo se puso hablador, cómodamente boquiflojo, borrachito y exhibicionista. Recordaba que eso había sido solo un minuto, aunque recordaba poco, demasiado poco, casi nada.



Dos días atrás Horacio, un amigo periodista *muy vinculado a la side*, hizo sonar la chicharra del fin del recreo, esa dolorosa alarma que nada más le sonaba en la memoria cuando anunciaba la hora del examen, de ese examen para el que no estaba preparado: *“le habían metido un cámara oculta”*.

Dos horas después del anuncio, el dolor mordía como perro de pesadilla. Trataba vanamente recordar qué había dicho exactamente en esa reunión que pudiera comprometerlo. Pero apenas recordaba que eso había sido solo un minuto, poco, demasiado poco, casi nada.

Dos minutos después de cerrar la puerta de su oficina tras las espaldas de los trajes negrocamisablanca y celestes incorbata, una anestesia barata le navegaba la sangre. Le habían vendido la salvación.

Dos segundos después de la exhibición de su imagen desde un ángulo impensado en la pantalla de canal 13, hacía gorgoritos de whisky y repicaba con su campana de panqueques:

- Vendem medias... vendem medias... -

-----

El coto de caza del periodismo hegemónico, ese sitio de aventura en el que el tráfico de influencias y los tratamientos cosméticos de imagen reemplazan a la tarea de informar, decir, mirar, contar; ese sitio, tiene infinidad de merodeadores, que al igual que las hienas y los chacales, se sirven del conflicto establecido entre el predador y la presa,

Podría enumerar aquí sin riesgo de demandas una lista impresionante de nombres y apellidos que ilustran este hacer en los linderos del periodismo hegemónico. Claro que este libro no debe perder su propósito, que es el de exhortar a las voluntades todavía nobles y a las voluntades nuevas a salvar el sentido primero y último del periodismo. Pero hay un César que fuma habanos que me tienta a violar mi acuerdo interno. No lo haré más allá de esta gambeta.

Lo cierto es que estos animalejos saben hacerle creer al funcionariado político, especialmente, que ellos tienen llaves y cartografía del laberinto suficientes como para darles garantía de inmunidad. En realidad ofician como la mafia caricaturizada por

el cine norteamericano (ya que la verdadera mafia tiene siempre una razón y una forma menos obvia) ofreciendo la amenaza un segundo antes que la protección. Convencen a esos infelices de que, igual pueden cargarles una culpa que no tienen, como salvarlos de las culpas que sí tienen.

Y como bien dice un gran amigo y periodista “casi no hay funcionario que resista una investigación”, la mayoría se entrega a la prestación de estos servicios especiales brindados por estos servicios especiales.

Esto es lo más que es y lo más que puede lograr un operativo de prensa.

-----

Otra cosa, una muy otra cosa es el operativo mediático. Ese tiene otro destino, otro objetivo, otra peligrosidad.

-----

Nadie es absolutamente perfecto salvo en los medios.

Nadie es absolutamente imperfecto salvo en los medios.

Nadie es o no es absolutamente nada (o todo) salvo en los medios.

Con la perfección, como es un capricho, no hay problemas de tratamiento. Santificar es la mentira más fácil de realizar. Demonizar lo mismo.

¿Quién no quiere que su deseo y fe finalmente triunfe?  
¿Quién no quiere que su temor a la traición, al inexorable triunfo del mal se compruebe de una vez por todas y “ya basta”?

Con la imperfección del bien y la imperfección del mal es “otra cosa”.

La imperfección es para los medios, inexactitud. Y si eso es, es complejidad. Y los medios no toleran la complejidad. Telemórficos, es decir repitiéndome: asimilados a la televisión, los medios padecen de urgencias e impacencias que conspiran contra cualquier posibilidad de complejidad. Fundamentalmente

porque no hay tiempo ni espacio para exponer y desentrañar esa complejidad.

Los grises en la televisión se acabaron con la televisión color. No es un chiste, sino una metáfora.

Con la televisión color sólo hay lugar para blanco y negro. No es una paradoja, es otra metáfora con juego de palabras.

Desde la aparición de la TV color, que sólo por casualidad histórica sitúo sobre los finales de la década del 70, y en virtud de la telemorfosis del sistema mediático, la simplificación, la automatización, y la absoluta previsibilidad, se ha adueñado de todo el escenario simbólico.

Los personajes que se recrean y reconstruyen por el digestor mediático son o Mesías o demonios, o adorables o abominables. Hay poco lugar para la complejidad humana.

Los tipos deben ser rápidamente identificables. Siniestro, austero, bonachón, sombrío.

Poco y nítido, claro. Con la misma necesidad que tiene el relato teatral o cinematográfico, el presentado debe dar rápida nota de su naturaleza, de manera de que las audiencias tomen, a su vez, rápida cuenta de esa naturaleza.

Con la misma necesidad que la superficialidad de las relaciones sociales del mundo real exigen al hombre contemporáneo.

-----

Por eso es tan posible exaltar como victimar. Por eso es tan escenificable para los medios el patíbulo como el altar.

Y por esto, en este terreno se celebran todos los ritos imprescindibles para hacer nacer y para matar. Pero no para hacer nacer y dejar vivir. Los nacidos del útero mediático deben fidelidad a la madre creadora.

Y los muertos también. Los muertos no se van a la tumba ni al olvido. Los muertos mueren para exhibir su muerte, su decrepitud, sus huesos y sus funerales.

La operación mediática consiste en dar existencia. Existencia de santo o de demonio. Existencia de vivo o de muerto.

Pero la operación mediática consiste también en dar inexistencia. Ignorar. Radiar. Omitir. Soslayar. Ocultar.

Es decir, sacar de realidad la realidad que no se quiere en la realidad.

-----

### ¿Cómo se construye un judío?

Sartre decía que el verdadero nazi era aquel que sabía construir su judío. La idea es más aterradora que sencilla. Lo social es una actividad que genera desechos. Los desechos se cargan todo el tiempo que sea posible y cuando ya no se puede más se los elimina. Pero la actividad en el plano social no tiene la facilidad amoral de excreción de los desechos orgánicos. Esa eliminación debe ser justificada, institucionalizada, codificada, significada. Uno no caga eso en cualquier parte y de cualquier manera.

Los hacedores del golpe del 76 construyeron dos judíos. Un Abel "subversivo" y un Caín defensor de la "forma de vida occidental y cristiana". Con la sangría de Abel y la alineación de Caín abrieron el drama final de la Argentina. Ocuparon siempre los lugares definitorios. Los Ministerios de Economía y los Bancos, los líderes de la opinión mediática y los Bancos, las consultoras mejor munidas de contactos internacionales y los Bancos, los distractores profesionales y los Bancos.

Muerto Abel, y Caín en el exilio de la locura, el judío que se venía era el político. Clase tamizada por la discriminación desde el 30 hasta el 45, filtrada por la persecución desde el 55 hasta el 72 y asesinada, cooptada y vaciada desde el 76 hasta el 83. Lo que quedó en la nómina es miserable si se lo compara con lo que hubo en una generosa historia de la política nacional. Pero de cualquier manera lo que quedó era molesto para los reales sectores de poder, a menudo indescifrable y siempre objeto de una operación de compra, convencimiento o directamente eliminación.

La realidad política de la Argentina a partir del '83 fue para este poder sin nombre una realidad fácilmente abordable. La clase política, sobrevivientes casuales de la purga ejemplar, estaba obnubilada con sus pujas menores: un radicalismo que por una vez podía triunfar ante un rival que se había convertido en su enemigo existencial, un peronismo que estaba tan seguro del triunfo electoral que jugaba en su interna histórica todo el destino del país.

Corromper un cuerpo muerto es relativamente fácil: se aumenta la temperatura y la humedad, es decir se generan las condiciones más adecuadas para que el proceso de corrupción proceda y se tiene el éxito asegurado.

Conscientes de lo que pasaba en el mundo, diez años después descubrieron que en realidad la política debía ser desalojada. ¿Qué mejor que hacer visible lo que se había conseguido a fuerza de gestión: la corrupción inveterada de la clase política argentina?

De manera que se pusieron en gestión tomando y asociándose con los medios de comunicación en todo y parte (una sinergia y simbiosis de adecuación natural) y se lanzaron a la empresa final de terminar con la política. Para ello se contaba con la colaboración inestimable e involuntaria del "público" que en diez años había reemplazado la amansadora mental de Neustadt y Grondona por la ensarta de clichés y estereotipos de Gelblung y Rial, un aberretamiento sistemático e imprescindible que condecía con la degradación en paralelo de la clase política.

Pero además estaba "la gente", "el público" como solía llamarla Alsogaray, una facilidad adicional para la castración de la historia. La gente.

La gente.

-----

¿Cómo fue que la encarnada presencia del espíritu colectivo que se llamó pueblo, patria, nación, trocó en esta palabreja denunciadamente descomprometida y temperamentalmente ovejuna? : La gente. ¿Cómo sucedió este desplazamiento?

La respuesta requiere algunas explicaciones previas. En primer lugar preciso acuerdo respecto de una definición recurrentemente malentendida: el concepto de ideología.

Tomo para esto la idea de Michel Foucault. El Foucault que me auxilia dice que la ideología es “dimensional”. Esto significa que la ideología no es un discurso, ni una “manera de pensar”, ni un orden de opiniones debidamente estructurado y al que echamos mano toda vez que hace falta. La ideología, como dimensión atraviesa toda nuestra realidad, no la compone, no la ordena sino que la integra como una dimensión.

Así como el alto, el ancho y el largo no se encuentran precisamente en ningún objeto pero atraviesa toda la realidad tangible y se la ubica en todos los objetos. Así la ideología se entrama en toda la realidad y, especialmente, en toda nuestra realidad. De manera que difícilmente obremos en contra de nuestra ideología. Si alguien por ejemplo dijese que por razones ideológicas debería enviar a su hijo a una escuela pública pero, en razón del estado por el que atraviesa la escuela pública no le queda otro remedio que mandarlo a una escuela privada se está engañando. La acción se ordena a la componente ideológica siempre perfectamente. Una ideología pequeño burguesa o de sectores medios contemporáneos privilegia por diferentes razones y de diferentes maneras a la educación. De manera que la acción se corresponde a la ideología de manera inevitable. Es más fácil que se obre en contra de una convicción que se actúe contra la propia ideología.

Vayamos ahora a una segunda definición de otro habitante de las cárceles: Antonio Gramsci. La definición es la de “hegemonía”. Con Gramsci decimos que un paradigma se vuelve hegemónico cuando por un proceso que no podemos explicar aquí, hace orbitar a su alrededor a cualquier otro paradigma anterior o nuevo de una manera que obliga a todo a “ser leído” según sus categorías. Como ejemplos históricos, el paradigma religioso del medioevo, el paradigma científico del positivismo de finales del siglo 19, o el paradigma de la nacionalidad que con intermitencias aparece a lo largo de toda la historia de los pueblos.

Todos estos paradigmas pueden darse simultáneamente, sólo que uno y sólo uno tiene en determinado momento de la historia el rol central. Esto quiere decir que la situación hegemónica de un paradigma no implica la desaparición de los otros sino que, en convivencia, todos los otros paradigmas se

ordenan según los criterios fijados por el paradigma hegemónico.

**Ahora bien, conviene decir aquí que la ideología de los sectores medios se ha convertido en el paradigma hegemónico de la sociedad contemporánea.** Y esta es la respuesta que (habrá que explicar como) responde a la pregunta: ¿cómo fue que el pueblo se convirtió en “la gente”?

-----

Claro, yo no me puedo ir a Miami. –

La insólita declaración salió de su menuda boca, un surco declinante e insatisfecho sobre - paralelo al mentón perdido en la creciente papada. Lo dijo frente a la aquiescencia de sus compañeros de trabajo con o sin micrófono, con o sin cámara, y frente a la teleaudiencia de América 2 siempre regocijada con el variable clima de denuncia que Jorge Lanata le sabe imprimir a sus programas.

El tono era el de la enunciación familiar y callejera que ayuda a describir el estado en el que se encuentra en la Argentina la juventud de las clases medias:

- No tengo una moneda.-

Sin embargo, casi siempre merecido, Jorge Lanata es uno de los periodistas de mejor cachet de la televisión argentina, sin contar que sus emprendimientos editoriales han sido siempre exitosos y de gran facturación constituyéndolo en un Midas de la prensa, capaz de convertir en oro cada empresa tocada. Eso debe ser comprobable pues la parte del mundo que se dice todo el mundo lo dice.

Lanata prefiere sindicarse como un desposeído por sus aventuras empresarias, seguramente consecuencia de los poderes que enfrenta desde sus páginas, sus cámaras y micrófonos que a pesar de la magnitud del enemigo no les son vedados. La mayoría cree empero que es falsa modestia.

Lo que esa parte del mundo, el mediático, dice saber y nunca comprueba es el de unas supuestas relaciones históricas de Lanata con fuertes personajes de la corte menemista. En especial el rumor lo vincula desde la época de Página 12 a

Alberto Kohan. La relación parece no centrarse en afinidades ideológicas ni, evidente, en convergencias generacionales. La “especie” circulante asegura que se trata de relaciones de dinero y de política.

Cuando Lanata regresa por primera vez a la TV luego de un fracasado intento de saltar a canal 9 es enero de 1999. Imprevistamente, las negociaciones trabadas que prácticamente fueron vividas como una forma velada de censura por toda la audiencia fiel comenzaron a discurrir por una pendiente favorable. Ese alejamiento de las pantallas había dado origen a la revista XXI en donde Lanata cavó su nueva trinchera.

Se había dicho antes que Eurnekián había dificultado el retorno de Lanata a América por pedido de Menem y que el pago obtenido por el empresario había sido los aeropuertos. Fue tan creído como imposible de probar. Tan insinuado como falto de corroboración. Tan comentado como desproporcionado. Ahora, en los ámbitos acotados de los medios la versión era inversa: Lanata regresaba por la puerta de Eurnekián, a pedido de Menem, a cambio de cumplir un objetivo relativamente sencillo: contribuir a la crucifixión de Eduardo Duhalde.

Menem sabía que un eventual triunfo de Duhalde en las elecciones de ese diciembre próximo implicaría su alejamiento de la política por 8 años. El cálculo era de la inteligencia sencilla del riojano: si Duhalde hacía un buen gobierno se quedaba otro período, si hacía uno malo le tocaba a la Alianza. En cualquiera de los casos Duhalde debía perder, De la Rúa y la Alianza debían ganar para que Menem esperara sólo el tiempo que podía esperar: el 2003.

Cuando se produce el primer regreso de Lanata en estas condiciones varios de sus colaboradores recibieron la chanza: “¿qué se siente trabajar para Menem? La especulación secreta a voces decía además que la operación había sido realizada por Alberto Kohan.

Sea por falsa o por perfecta la versión no llegó a trascender la frontera de los medios. Si bien se dice que Hadad estuvo tentado, jamás se atrevería a denunciar una supuesta operación de Menem.

Ocurrió lo mismo durante el segundo regreso. Allí se comentó una ayuda económica de Kohan para cubrir una deuda que Lanata sostenía con América y que lo ponía en serias dificultades de negociación. También corrió el rumor de que la



deuda a la que habría contribuido Kohan a saldar era estrictamente de Lanata, contraída con la Revista XXII, Zona 54 , Ego y su nivel personal de gastos.

Antes se había producido su viaje - cura a los Estados Unidos y a su regreso, munido de más kilos y más envidia, Lanata destruyó todos y cada uno de los escollos que lo separaban de su público y su pantalla, varios de ellos propiciados por alguno de sus más destacados colaboradores: Vertbitsky, Caparrós.

Superada la crisis y muertas las rebeliones Lanata se entronizó delante de “Detrás de las Noticias” sin que nada de lo que podía heder llegara a la superficie de las audiencias.

Pero en la semana previa al encarcelamiento de Carlos Menem, el programa de Lanata produjo una contorsión inesperada hasta por sus propios seguidores. De pronto, corriendo el foco de la noticia, el juez de la causa que investigaba al riojano, Urso, pasó a ser un investigado por Lanata tanto por ser un “juez de la servilleta de Corach” como por presunto enriquecimiento ilícito.

Si lo hubo, el operativo fracasó en dos sentidos: Menem fue preso, y el movimiento puso al programa en la línea de la sospecha, por primera vez, frente a su propio público. Tanto fue así que la mesa editorial debió recurrir a un slogan “autolimpiante” con el que se apelaba a la confianza histórica del público: “vos sabés de qué lado estamos”.

Se advierten claramente las contradicciones que plantean estos rumores: si Lanata es tan vulnerable al oro de las campañas ¿qué necesidad tendría Menem de pagar tan caro una operación sobre Eurnekián, nada más y nada menos que con los aeropuertos? Como dijimos: una desproporción.

Pero lo que importa es que si cierto o falso, el rumor no contó con el tipo de tratamiento que la prensa contemporánea, incluido Lanata, da a los rumores o trascendidos, es decir hacerlos públicos. Porque así es la costumbre aún cuando la escuela clásica del periodismo manda a investigar las versiones antes de ser publicadas. Esta inmunidad, la de no publicar rumores sobre periodistas, es todavía una prerrogativa que tiene los hombres de prensa entre sí, parafraseando el adagio de los bueyes.

-----

“Alguien está haciendo algo mal y nos está perjudicando.”

“Finalmente el mal triunfará, hagamos lo que hagamos, digamos lo que digamos, pensemos lo que pensemos.”

La teoría de la conspiración es la diaria misa mediática. Ese mal que inexorablemente triunfa debe sobrevivir de hoy para mañana, de manera que sigamos nosotros aquí para contar como va la derrota previsible y darte, al menos, ese sabor agridulce de que vos, gracias a nosotros, sabías lo que iba a pasar.

Porque una cosa es ser un perdedor y otra ser un ingenuo. “Este país” se tolera país de perdedores, pero no se soporta país de boludos.

-----

Supo suponerse que los periodistas teníamos como trabajo informarnos para informar, ser capaces de decirle a los que no contaban con tiempo para esa tarea “de qué iba la cosa”. Se suponía que, por lo tanto, lo que dijésemos no fuese una apreciación común, vasta, llana, vulgar, sino por el contrario el resultado de un trabajo de investigación y reflexión hecho en un tiempo con el que no cuenta el ciudadano.

Dada la abundancia de lugares comunes, supercherías y creencias superficiales que manan de los medios segundo a segundo, cabe convenir que esa suposición ha quedado sin efecto.

Los medios se empeñan en “sintonizar” con las audiencias, y dentro de los medios los periodistas que, en afán demagógico, en lugar de *informar* se dedican a *conformar* a las audiencias, a contar cosas que sintonicen con lo que se supone es su pensar y sentir.

Así se produce el reemplazo del conocimiento que el periodismo puede ofrecer desde los hechos y desde su trabajo, por la sumisión absoluta al “conocimiento” de la gente.

Una estúpida cinta de moebius.

-----

En general se habla de la “gente” como si la palabra se refiriera a un concepto. Se habla y se escribe de ella, en su nombre, como ella, desde ella y a su través. El sustantivo indefinido e insustancial “gente” es la herramienta retórica más eficiente del embuste mediático, la farsa de la representatividad y el *burlebirloque* de la política contemporánea.

Una realidad vaciada por la historia: el pueblo, un concepto amalgama de la pretendida cultura común, del supuesto sentimiento de nacionalidad y deseo de pertenencia, fue reemplazada por una palabra vaciada, huera y desalmada: “gente”, más a propósito con él perfil del agente social contemporáneo.

La ideología de los sectores medios se ha convertido en el paradigma hegemónico de la sociedad contemporánea. Y adicionalmente es la ideología de los medios de comunicación.

Esto quiere decir que esta manera de pensarse sin lo colectivo, de centrar en el ombligo propio el origen del universo, de huir ante el primer riesgo y de instaurar toda ética y moral en la religión del sálvese quien pueda atraviesa toda la sociedad, toda en su conjunto, haciendo orbitar a su derredor todos los otros paradigmas de clase.

Es esta explicación la que deja congelado al marxismo ortodoxo que no puede resistir la evidencia de que **su** principio motor de la historia, la lucha de clases, haya cesado.

Pero mejor aún que una explicación en el campo del conocimiento es que esta descripción explica la totalidad de la situación actual y todos los niveles en que la conducta social se expresa.

Así se entiende que los mismos grupos y las mismas personas desarrollen ideas base definitivamente contradictorias en el sólo transcurrir de pocos años. La “pulsión mediática” por las privatizaciones de las empresas del Estado y de la radicación de las causas del desastre económico de la Argentina en el rol empresario de ese Estado fue sostenida por los mismos sectores que, años más tarde, acuñaron con una melancolía de generación espontánea el concepto de “las joyas de la abuela”.

Increíblemente el trasfondo anímico que produjo la idea social del “algo habrán hecho” es el mismo que crea la extraña liturgia de los “escraches”. En la misma lábil estructura de la mentalidad política puede darse el reaccionario y conservador contumaz tanto como el progresista “avec charmé”.

Así se concibe la naturaleza degradada de los políticos en la degradación de la política, como una referencia desgraciada de una ideología desgraciada.

Volviendo al despegue de esta reflexión, así se explica como **el pueblo**, ese protagonista innumero, potente y referencial que encendiera los corazones de las comunidades históricas, se haya desustanciado hasta convertirse en esta entelequia llamada “gente”.

La “gente” como una excusa para las manipulaciones mediáticas, demagogia tecnológica que se sustenta en el número de ojos y en el número de oídos prestos a su natural superficialidad, a su intrascendencia y a su impunidad.

# Capítulo VI

## Alegre Mascarita

### (Homo Médium: Modelo Profesional)

*“Ellos, en cambio, están sentados fríamente entre las sombras frías: no quieren ser sino espectadores en todo, y se guardan muy bien de sentarse donde el sol abraza los escalones.*

*A imagen de los que se plantan en las calles a contemplar boquiabiertos a la gente que pasa, así aguardan ellos y miran con las bocas abiertas los pensamientos de los que han pasado ente ellos.*

*Como sacos de harina, levantan, sin quererlo, polvo a su derredor; mas ¿quien sospechará que su polvo proviene del grano y de la dorada delicia de los campos del estío?*

*Cuando se la dan de sabios, sus pequeñas sentencias o esbozos de verdades me hacen tiritar de frío; su sabiduría despide con frecuencia hedor a ciénaga, y, a decir verdad, yo he oído croar en ella a las ranas.”*

*Así hablo Zarathustra. Friedrich Nietzsche.*

No sé cual es el porcentaje de periodismo honesto en la Argentina, pero lo estimo muy alto.

¿Por qué sucede entonces que con tanta facilidad se entra en estos juegos en los que se complica la propia honestidad más o menos gratuitamente?

Es que el periodista está allí esclavizado por su propia decisión de ignorancia. Se somete a dos juegos de instintos. Uno, el que lo convence de que está “del lado de los buenos”, que defiende los intereses “de la gente” y que por lo tanto es “un peligro” para el status quo. El otro lo empuja a una megalomanía módica, y lo hace depender de la exposición pública ignorando deliberadamente que, por el contrario, esa sed de exposición es inversamente proporcional a su independencia profesional. Su función, su “mensaje”, se desdibuja a medida que se amplía su

plano en la superpantalla de los mass media. Cuanto más visible sea él, será más roma su espada, más trastocada su lógica, más imbécil su pensamiento.

-----

Hace veinticinco años, los arquetipos que los aspirantes a periodistas y estudiantes de periodismo tenían, eran prácticamente desconocidos para la mayoría de la población.

Un pequeño test en la actualidad demuestra que los arquetipos periodísticos de los estudiantes de periodismo son, casi con exactitud, los mismos que los de la mayoría de la población.

Que el conocimiento vulgar sobre los actores descollantes de la profesión sea exactamente el mismo que el de los aspirantes a ingresar a esa profesión tiene razones de distinta índole y de diferente importancia a los efectos de este análisis.

Por de pronto ¿qué duda cabe que los periodistas tienen hoy más reconocimiento social que antes?

Este reconocimiento está relacionado con el poder conferido por la sociedad a los medios de comunicación, asunto que traté de describir en otra parte. (\*)

-----

Están todos a la mesa del bar, a la hora habitual, sentados sobre la agonía del día como personajes de Fontanarrosa.

Hablan con diferentes ánimos, las mismas cuestiones u otras, obligadas por los escasos sucesos de la jornada.

La disposición, la ubicación tanto como la manera de sentarse reproduce los sentidos de la charla, que siempre deriva en discusión, en toma de posiciones, a veces feroces, sobre temas que, en realidad, no le importan a nadie.

Él llega tarde, sobre la charla instalada, a pocos metros de arribar al fondo del salón, percibe que lo esperan especialmente.

Cañito, antagonista perpetuo de toda disputa lo recibe con un –Ahí está. Ahora vamos a ver. -

El saludo corriente se acortó considerablemente cuando una silla se le ofreció prestamente a integrarlo al debate. Todos los ojos se centraron en él.

-Decime- finalmente asesta Cañito su inclusión con forma de pregunta- ¿cómo es el mecanismo de los medidores de gas? Quiero decir –perfecciona – ¿es igual o parecido al de los medidores de agua?

El recorrió la expectación como un paneo de cámara. Y terminó sobre la cara de su interrogador. No esperaba esa pregunta, no podía encajarla en conversación alguna que fuera capaz de imaginar. Siempre aprovechaba esas grietas en las conversaciones para meter los rizos de su conocimiento, para mañosamente articular “esa cosa” que lo había sorprendido u obsesionado “ese día” en medio de las tumultuosas disputas por razones que bien podían ir del fútbol al sexo o de la política al esoterismo. Pero esa vez no había forma.

-Francamente no tengo la más remota idea de cómo funcionan esas cosas- aseguró para pedir otra oportunidad de manipular la charla al preguntar -¿De qué están hablando che?

La sorpresa le asemejó a las tribunas haciendo “la ola” recorriendo los rostros de izquierda a derecha y atropellándolo finalmente en la réplica final de Cañito: -¿Pero cómo... vos no sos periodista?

-----

En otro tiempo, y especialmente en la zona rural, el maestro del pueblo supo ser uno de los personajes de mayor prestigio social. Quiera la imaginación o la experiencia, el maestro tenía con qué fundar esa expectativa pública. Así, como el médico, solía ser sujeto de todo tipo de preguntas referidas a todo tipo de asunto, público o privado. Y si tenía con qué fundar, tenía con qué responder.

La sociedad mediática, que es la sociedad en la que vivimos, por un tiempo que se está acabando, ha conferido al periodista una calidad similar a la de los maestros de antaño.

Ver debajo del agua y conocimientos profundos de “todología” son las asignaciones que la sociedad le supone al

periodismo. Pero esta vez, con las excepciones que hacen a la regla, el periodista defeciona. Desconoce en general y en particular hasta las áreas del saber que deberían ser de su incumbencia. Más que en razón de una formación deficiente, la ignorancia del periodista se asienta en su voluntad de ignorar.

Los periodistas no leen libros, dice una periodista amiga que los escribe. Sólo leen diarios, completo yo, y escritos por periodistas que no leen libros.

Repito: la ignorancia del periodista se asienta en su voluntad de ignorar.

El problema no es, como se cree, que hablan de lo que ignoran, sino que ignoran de cuanto hablan. Parece lo mismo, pero no lo es.

-----

La televisión, no como medio de comunicación sino como ambiente laboral, enferma. Cuando se acepta esto que digo, suele explicarse el fenómeno como un resultado de la sobre exposición social. Pero por otra parte la televisión, y ahora sí como medio de comunicación, ocupa el lugar central en el ejercicio del poder mediático y es, verdad de Perogruyo, un participante activo del poder económico. Imagínese entonces gentes con relativa cuota de enfermedad desarrollando relativas cuotas de poder.

Esta línea de razonamiento nos lleva nuevamente a fijar la mirada sobre el perfil del profesional del periodismo.

Odio repetirme, pero el periodista en la televisión, con más o menos resistencia, se entrega a los favores de una fama construida sobre esas bases tan ajenas a la naturaleza de su profesión. Siendo un actor de las noticias es un ritualizador de la realidad. Al dejar de ser un notario - evaluador de hechos comprobables para ser un notorio, toda su tarea se resume a la administración de su prestigio, a la corroboración de sus verdades, al sostén de su rol. Se trata de otra versión de la vieja tensión que en la historia del hombre se ha dado entre la fe, el sacerdote y la divinidad.

-----



Es tan pretencioso el título de comunicador, que debería demandar un tipo de vergüenza especial a quien se lo arroga.

Resulta algo comparable a que un médico se defina como “curador”, o que, ¡el dios de todos nos libre! los abogados se definan como justicieros. Pero habiendo arrogantes en abundancia entre médicos y abogados pocos logran la altanería de los “comunicadores”.

En el imaginario corporativo de los medios, ser comunicador es el techo. Diría que la escala del querer ser es algo así: los que hablan por radio quieren ser locutores, los locutores quieren ser periodistas y los periodistas quieren ser “comunicadores”.

Pero allende la jactancia hay un dato que bien nos sirve para seguir alertando con la desaparición del periodismo en la desaparición del perfil profesional clásico del periodista y su reemplazo por un monigote medial: la aparición del principio autoritario de “la comunicación”.

El pobre periodista informador, el austero narrador de hechos con precisión y encanto de literatura, da paso al “comunicator”, abridor de las puertas de la realidad, ángel develador y profeta electrónico.

Los elegidos de Mercurio, que tan bien es dios de los comunicadores como de los mercaderes.

-----

La misma profecía puede tener diferentes augurios.

Hay quienes sostienen que los nuevos soportes tecnológicos son los que, finalmente, harán a la desaparición del periodismo. Tal creencia, a mi juicio absurda, remite al mito de que es posible la autoinformación.

Como dice una política amiga, este es tiempo de “pensamiento débil”. Por eso quizá, que la mayoría de las personas se informen por un medio depreciado en su capacidad de informar como lo es la televisión, desautoriza aún más ese mito.

Por otra parte hay dos aspectos rituales en la “comunicación medial” contemporánea que se dan de patadas con la posibilidad de la autoinformación. Estos son el rito de la corroboración y el de la identificación.

Por el primero, la corroboración, las audiencias buscan en las secuencias informativas la afirmación, la consolidación de sus pareceres. “La gente”, esa divinidad, ve lo que ve y escucha lo que escucha, para corroborar lo que ya sabe, lo que sospecha.

Ya dijimos, de alguna manera, que el sometimiento de los periodistas a las audiencias y la sumisión cotidiana a “lo que la gente piensa”, está construyendo a un “audiente” cada vez más veleidoso, cada día más creído de que su parecer es soberano e irrefutable. Desde esta perspectiva, la posibilidad de la autoinformación, que demandaría un trabajo personal del “audiente”, un esfuerzo, resulta impensada.

El otro rito es subsidiario del primero. Se trata del rito de la identificación. “La gente” ve, lee o escucha a tal o cual periodista, porque al tiempo de corroborar lo que ya sabe, lo afianza con una imprescindible dosis de confianza depositada en “otro”. Un “otro” que completa con su presencia el escrutinio de “la verdad”. Es la vieja zoncera mencionada por Jauretche, pero remozada para su mejor encubrimiento: “lo dijo La Prensa”, “lo dijo La Nación”.

No. No es un futuro de ciudadanos “autoinformados” lo que le da muerte al periodismo.

No. No es un periodismo sin periodistas lo que se viene sino todo lo contrario: unos periodistas sin periodismo.

-----

Antes dije de la confusión que el periodismo hegemónico consagró entre audiencia y opinión pública. No es la única gran deliberada confusión.

La otra, también diseñada por la relación del periodismo con el poder de los medios, es la de creer lo mismo inmunidad jurídica que impunidad.

Mucho antes de, siquiera enterarse, sobre qué cosa tiene por obligación y responsabilidad, muchísimo antes de informarse respecto de lo que se espera de su hacer, el necio se defiende frente a sus propias víctimas aduciendo el hecho de que está “trabajando”. Grita histéricamente ante el primer empujón como si en la vista de la pareja que ingresa al restaurante estuviese el secreto de la salvación de Occidente.

Hiende el micrófono cualquier dignidad, escruta la cámara cualquier intimidad, arremete la letra contra las honras y los pudores de quien sea.

El deber de “informar” escuda al fisgón.

-----

- Es mío- dice Chiche. Y sentencia: Desde el momento en que aceptó la primera entrevista, sacarse la primera foto para semanario, y responder la primera pregunta de un periodista de espectáculos...desde ese momento ya no tiene vida privada, es mío.-

Chiche no será una gran persona, no lo sé porque no lo conozco, ni un gran periodista, pero es un gran editor. Quizá el mejor. Lo digo convencido: Es el mejor editor de la Argentina.

Su descripción es de Fausto, y aunque carece de derecho no carece de ingenio, y certifica lo que el periodismo cree que es el permiso de admisión a su cielo: el propio infierno.

-----

El viejo modelo de periodista tiene dos ropajes que aún seducen al monigote medial, al “homo medium”, versión extrema y arquetípica del agente social posmoderno. Tipo profesional que, decimos aquí, amenaza con reemplazar al periodismo que agoniza. (\*)

Anda el periodismo hegemónico meneándose con esos sayos por cuanto pantalla les brinde la oportunidad, pero si uno consigue acercarse lo suficiente, puede ver que se trata de

disfraces de cotillón, como los que se usan para los actos en las fiestas escolares.

Uno de esos trajes es el del transgresor. Pero claro que se trata de un transgresor módico, un transgresor necesario al sistema porque, sin transgredir lo esencial, cubre el nicho de la trasgresión de manera que no sea ocupado por una versión auténtica.

El traje es fundamentalmente una actitud exterior, una postura, la superficie de una apariencia. Como todo en el periodismo hegemónico se trata de producir una sensación. Y la sensación que intenta producir ese vestido es la de que ese periodista no tiene límites, que es capaz de superar cualquier oposición a su búsqueda de la verdad, así como también que no se detiene ante nada.

Se trata, sin embargo, de un iconoclasta devaluado y demasiado comprometido con sus empleadores como con el periodismo hegemónico. No sólo que tiene y respeta ciertos límites sino que esos límites delimitan con precisión su accionar, siendo en realidad su accionar mismo.

El otro vestido es el del humor. Hay una vinculación histórica y nunca lo suficientemente explicada entre la inteligencia y el humor. El periodista hegemónico necesita construir su muñeco con dosis evidentes de ese humor, es decir, de esa inteligencia.

Como ya se dijo aquí, el humor sirvió de salvoconducto en tiempos de libertades restringidas, para que ciertos relatos de verdad llegaran a la superficie. De allí le quedó la otra fama, el humor dice la verdad oculta.

El humor del periodismo hegemónico está destinado a quitarle trascendencia a cualquier hecho, acto o episodio, de cualquier naturaleza, en cualquier lugar y tiempo. Ya no quiere poder decir una verdad oculta, sino qué, con la técnica del taxidermista, ponerla muerta sobre el estante para que se vea como verdad y no trascienda como tal.

Quiero que la metáfora me auxilie con su contundencia. CQC ha contribuido a la mentalización política de los argentinos jóvenes como los spa a la paz social.

-----

El periodismo hegemónico no es la cruz roja. Maneja más dinero e influencias, y trabaja para el centro mismo de lo que él mismo llama enajenadamente “el poder”. Se trata del poder económico.

No quiero eludir este pasaje, como tampoco quise ponerlo como causa primera y última de la condición y estado del periodismo.

La alta concentración de medios en pocas manos es el escenario propicio para el desarrollo de la mutación del periodista original en el “homo médium” que habrá de garantizar la política comunicacional de esos poderes concentradores.

Cuando se planteó en estos primeros meses del 2004 el tema de los destinos de los medios públicos, se soslayó (y aún se soslaya) una cuestión central en esa discusión. Todos los medios son públicos. Hay medios públicos de gestión privada y medios públicos de gestión estatal. Esto significa, lisa y llanamente, que la cuestión del cómo en el espacio público es cuestión regulable por la administración de lo público, que sigue siendo el Estado.

No escucho a los periodistas que hablan de la caricatura del menemato hacer referencia a la enajenación de medios practicada durante la década del menemato ni a la disimulación de la naturaleza pública de los medios de comunicación. No los escucho, no los leo, no los veo.

Sus patronos tampoco.

-----

El periodismo hegemónico tuvo una necesidad, y el monigote medial se inventó una pureza.

La necesidad del periodismo hegemónico y el invento del monigote tienen un nombre: Periodismo Independiente.

La independencia del periodismo es como la agalla del pez. Sin agalla no hay pez, sin independencia no hay periodismo. De manera que, para qué tanta alharaca.

Dice mi amigo Luis Lázaro que esto del periodismo independiente es como lo de los sindicatos únicos. Si hay tanta necesidad de marcar la condición de único es porque hay seguro otro sindicato. Lo que convierte a la declaración de “único” en la confesión de la existencia de otro sindicato. Así, la independencia declarada por el periodismo “independiente” hace sospechar la invisible e inconfesable dependencia de ese periodismo.

Pero tal distinción, la de ser independiente, implica además el cumplimiento de una necesidad del periodismo hegemónico y del poder real que siempre tiene detrás. Se trata de la necesidad de contar con un periodismo desideologizado, un periodismo sin color.

Está claro que la camiseta transparente del periodismo sin color es la camiseta del periodismo hegemónico y del poder real que siempre tiene detrás.

Lo que se trata de impedir es que los colores asomen al periodismo.

Lo que se trata de lograr es que el periodista se condicione y se limite según los límites y las fronteras impuestas por el periodismo hegemónico y el poder real que siempre tiene detrás.

El color socialista, nacionalista, peronista, radical, sin son puros y auténticos, resultan colores inauditos, insoportables, aberraciones de la luz.

El periodista querido por el periodismo hegemónico es casi un marciano, sin ligazón ideológica, partidaria, de credo, cultura, cosmovisión, simpatía o partido.

Un tarado.

Y hasta las mejores expresiones intelectuales del periodismo hegemónico festejan esa disminución intelectual, esa taradez.

Habrase visto en abundancia como el sistema del “capitalismo tardío”, hace lo mismo con los economistas y la economía, con los juristas y el derecho, con los intelectuales y la cultura, con la civilización y los civilizados.

-----

Se trata de la fórmula específica del “Pensamiento Único”, la forma más perfeccionada y universalizada de la cosmovisión fascista.

El modelo del sistema no es modelo, sino la totalidad. El pensamiento científico se reduce al color sin color del pensamiento único.

Por esta sucesión lógica “La Economía” resulta ser el pensamiento económico del capitalismo burgués, mientras que el resto de las concepciones económicas no son ciencia sino que ideología.

Por esta sucesión lógica el derecho universal es el derecho occidental, en tanto que la incomprensión y el reduccionismo cultural resultan menos incomprensibles y menos reductores que la imposición del velo en las mujeres islámicas. La muerte en las villas por enfermedades venéreas, renales, sida, desnutrición, inasistencia médica, violencia familiar, inseguridad física y jurídica, siempre se observarán menos escandalosas que las lapidaciones en Irán.

-----

Si soy peronista y lo sabés... ¿No estás en mejores condiciones de recibir mis dichos, mis miradas, mis informaciones?

¿Sabés cuántas veces detrás de cada periodista “independiente” que te decía cosas como la temperatura y la humedad hubo un lobbista, un sobre de la S.I.D.E, un operativo de prensa rentado, un chivo, un tráfico de influencias?

¡¿Viste Macaya?! ...¡Viste!

-----

Hay algo que ocultan las cámaras ocultas.

Paradójicamente ocultan al Periodismo de Investigación.

Hubo desde el principio una tendencia a reducir el Periodismo de Investigación al ámbito de los asuntos

deliberadamente ocultos, a aquellos temas barridos bajos las alfombras del poder o retirados a sus escondrijos más inaccesibles.

Dos factores externos al periodismo contribuyeron a ese reduccionismo: La propia inmundicia de la degradación política y el clima social atado a la teoría conspirativa.

Ambos factores componen el aire de las redacciones no precisamente con la proporción de los gases raros. El uno, porque implica una usina interminable de hechos que brillan con la misma intensidad de los escandalotes del mundo de la farándula, principal competidor en el preciado interés de las audiencias. El otro, debido a una de las dos trágicas confusiones del periodismo hegemónico contemporáneo y que está llevando a la profesión por el camino de la desaparición: la confusión de Opinión Pública con “audiencia”.

¿Debo decirlo? Los periodistas trabajamos para la Opinión Pública.

La Opinión Pública es un lugar sin lugar en donde los periodistas colocamos el resultado de nuestro trabajo honesta y profesionalmente realizado, para que quien quiera haga con él otro trabajo que ya excede( y debe exceder) las pretensiones del periodismo. Ese arcón del que se sirve el ciudadano para formar sus conductas y contribuir al fortalecimiento de la democracia nada tiene que ver con las “audiencias”.

El periodismo hegemónico trabaja para las audiencias, se ata a ellas, a su capricho y a su número, signando inexorablemente la desaparición del ámbito natural para el desarrollo del periodismo que es la libertad. Una relación de dependencia y de adicción mutua que, simultáneamente, estupidiza al ciudadano y muta la función y el carácter del periodismo hasta convertirlo en lo que no puede ser.

El periodismo crítico tiene, frente a una sociedad en crisis con un periodismo en crisis, la obligación y la necesidad de hacer la exhortación a la recuperación de la mística y la utopía del periodismo.

Frente a esta puja, la aparición del Periodismo de Investigación ha sido una oleada vivificante para las ilusiones de esa recuperación.



En primer lugar el periodismo de investigación trabaja sobre temas nuevos, asuntos de los que nadie se ocupa, por ocultos o por despreciados, por interesadamente ignorados. También de la inmundicia del poder convencional, pero no sólo de ella, tanto que bien podría si quisiese, ocuparse de la inmundicia del poder mediático, cosa que no hace sino ocasionalmente.

En segundo lugar es un género histórico. Aún cuando el periodismo hegemónico pretende presentarlo como novedad. Hay un centenar de años de antecedentes que emparentan al periodismo de investigación con la matriz original del periodismo. Este rasgo le otorga capacidades suficientes en la tarea de la recuperación de la mística y la utopía del periodismo, que ponemos aquí como reclamo y como condición imprescindible para la salvación de la profesión.

En tercer lugar, el periodismo de Investigación puede, si quiere, prescindir del sistema mediático, y por lo tanto de los dictados del periodismo hegemónico. Esto no quiere decir que deba prescindir de ese sistema, sino que puede hacerlo si le fuese necesario. Los libros, tanto como la infinidad de publicaciones específicas en todos los formatos mediáticos dan prueba de ello. La aparición de la red y las herramientas forjadas por esa comunidad afianzan hoy, aún más, esa capacidad de prescindencia y esa independencia productiva.

El periodismo hegemónico se mueve como toda cultura hegemónica del sistema. Tardó muy poco en darse cuenta de la peligrosidad que un periodismo que se realiza independientemente de la agenda y que puede realizarse independientemente del sistema mediático acarrea para ese sistema y en consecuencia, para sí mismo.

De manera que hizo lo que toda cultura hegemónica del sistema hace en estos casos: convertir al enemigo en algo propio. El sistema reproduce sus antagonismos, se los traga, los convierte en parte de sí mismo.

Así que, deliberadamente, redujo su Periodismo de Investigación a una versión Reality dirigida a explorar las cloacas de la política y a satisfacer y hacer regodear a las audiencias con la comprobación de algo que ya hace años no es noticia: La muerte de la política.

Del hediondo magma cada vez, y con un regocijo infantil, se rescatan los trozos de porquería para exhibirlos. Esa es la tarea. Todo es comprobación y jamás un descubrimiento.

El verdadero y necesario Periodismo de Investigación, en tanto, corre por sus carriles naturales, y se presenta para el Periodismo Crítico como una muy buena noticia.

## Epílogo

*“Hemos chamuscado a la serpiente, no la hemos matado. Se esconderá y volverá a ser ella misma, mientras nuestra mísera malicia sigue en peligro de sus dientes de antes. Pero que se descoyunte la trabazón de las cosas, que sufran este mundo y el otro, antes que comamos con miedo y durmamos con la aflicción de esos sueños que nos agitan de noche; mejor estar con los muertos, con los que hemos enviado a tener paz, para conseguir nuestra paz, antes que yacer bajo el tormento del alma, en pasmo y sin descanso.”*

*(Macbeth. William Shakespeare. Acto III. Escena segunda.)*

Todo empeora.

Y en contrasentido y contra intención mejora todos mis dichos.

Cada mañana y cada noche resulta ser una ratificación de lo que tanto trabajo me costó discernir años atrás. Los muchachos parecen empeñarse en casi llevar al trazo de la caricatura lo que ayer fuera siquiera esbozo sibilino.

El bueno de Mauro parece apenas un boceto a carbonilla.

Por eso este libro debe terminar.

Este libro está terminado.

Lo consulté ayer con mi analista. Y él está de acuerdo.

Cada mañana me levantaré con un nuevo ejemplo, más claro y más cabal para cada uno de los aforismos aquí inscriptos. Cada noche, con la tenacidad del martillo del herrero, los sacerdotes del periodismo hegemónico harán un machaco de ese listado de vicios que se ha convertido en la esencia del periodismo. De manera que ¿para qué esperar? ¿Para qué imaginar que este prospecto de certificado de defunción pueda mejorar su dictado y su literatura?

Lo sé. Lo sé. Hay una indeseable manera de ser que invade todos los terrenos y todas las formas del quehacer humano. Sé que eso ocurre desde siempre, pero con especial y diferenciada naturaleza en el tiempo en que nos toca vivir. Pero mi pobre lucha se inscribe en la pequeña patria del periodismo. Allí pretendo, sino una victoria, al menos una resistencia digna.

Porque además de todo lo que está amenazado con la amenaza que se cierne sobre el periodismo, la muerte misma que es una inminencia, hay una guerra personal, una pelea de esquina que no creo que deba perderse.

Albert Nolan me entera que la fe no es cualquier creencia, sino que una creencia básica en que el bien triunfará, finalmente, sobre el mal.

La fe es lo contrario al fatalismo.

El fatalismo es una certidumbre en que, no importa de qué se trate, lo que aparezca o parezca, y no importa lo que hagamos, sucederá todo lo contrario al augurio de la fe: el mal finalmente vencerá.

Hace ocho años esta fe mía, una fe manifiesta que no quiere dormirse en la agonía, recibió todo tipo de interpretaciones. Desde que era movida por el resentimiento, hasta que buscaba un nicho diferente para el éxito personal. En medio de estos dos polos también se me dijo de la locura, el quijotismo y hasta la caracterización psicológica de la autodestrucción.

Un libro anterior, descriptivo de la victimación mediática movió un montón de sentimientos alrededor de mí. Sirvió para marcar una divisoria entre amigos incondicionales y amigos de circunstancia, y me reveló los matices en que suelen presentarse las oscuridades del alma. Otro trabajo anterior, "La Caída de los Medios", no encontró bienvenidas académicas. Quizá el augurio del título hizo correr el pánico en los altos enseñaderos en dónde se preconiza "la aventura del conocimiento" pero los espacios de innovación producen agorafobia y desnudan las más patéticas cobardías.

Hoy aquellos fantasmas afiebrados hacen sonar sus sábanas frente a los ojos de los incrédulos de una manera patente y portentosa.

Si dijese aquí que sólo tenía razón en mis augurios sería sólo yo un sacerdote más del credo fatalista. Pero siempre me movió la fe. Creo que el periodismo es un bien a preservar, y que este libro nuestro, como todo lo que hagamos en este sentido y dirección contribuye a esa tarea salvífica. Abre al menos un debate, una discusión por encima de los corsetes del pensamiento del periodismo hegemónico, canonización profesional que consagra la santa iglesia mediática con sus sacerdotes de cera y maquillaje y sus menos santos intereses.

Hay una tarea por hacer dentro y fuera de las redacciones, dentro y fuera de las aulas, dentro y fuera de los laboratorios y los sets. Este libro no clausura ningún debate, sino que apenas si golpea a su puerta para que se abra a la exhortación.

Sin esas mesiánicas puestas en escena ni reclamos por la virtud, hago este juego de fe para los que sean capaces de construir el relato de una buena noticia sobre el periodismo, proveniente de la sala de terapia intensiva.