

EL IMPERIO DE LA INFORMACIÓN

ATTILIO HARTMANN

Porto Alegre, Brasil

Es difícil no ser apocalíptico cuando el apocalipsis es servido a la mesa diariamente en esa casa de la comunicación que es nuestra casa, nuestro entorno cotidiano, nuestro mundo de relaciones. El mundo no es una palabra abstracta, distante, que miramos como espectadores más o menos participantes, con el que nos sentimos más o menos comprometidos. El mundo acontece en nuestra casa, diaria, constante, agresivamente... Y tiene color y olor de sangre, de mucha sangre. Mel Gibson y su Jesús-llaga-vida-sólo-sangre son un buen retrato del Hombre actual. *Ecce Homo*, podría repetir Pilatos al abrir las páginas de un periódico, al escuchar las primeras noticias del día en una radio, al ver un noticiero nocturno de televisión, al bajar noticias de internet. *Ecce Homo...* he ahí al Hombre de este tiempo, hombre y mujer, aplastados ante la magnitud de la tragedia diaria en que se ha convertido vivir en este planeta...

No necesitamos nuevos Shakespeare para escribir piezas trágicas, ni un gordo Hichcok para producir películas de terror. Ante el horror y el terror que los medios nos lanzan al rostro y al alma todos los días, estos productores de tragedias de ficción se convierten en aprendices de brujo (!). Ése es el cuadro sintético, apocalíptico sí, pero real, muy real. *Ecce Homo...* he ahí al Hombre del nuevo milenio, hombre y mujer que viven precariamente, que sobreviven... con miedo. El miedo es otro ingrediente de esta tragedia humana actual.

Algunas izquierdas exageradas se han destacado por acentuar que las tragedias diarias alcanzan apenas y solamente a las clases empobrecidas y marginadas del sistema económico globalizado. Obviamente, estas clases sufren todavía más con la tragedia humana actual, porque suman a las mismas situaciones de violencia criminal común u oficial/estatal, la violencia de la exclusión social, de la exclusión cultural, y la más reciente exclusión, la exclusión digital. Que cierra cada día más puertas a quien necesita ingresar en el mercado de trabajo, multiplicando trágicamente el número de los desempleados. Insisto: la violencia tiene una exclusión que es preciso denunciar, porque es más sutil y, por eso, más perversa: la exclusión de la información y de la comunicación. De la cual es víctima la mayoría de la población.

1984 es hoy, Georges Orwell y su omnipresente Gran Hermano es omnipresente exactamente porque descu-

bró, en tiempo oportuno, que poseer el monopolio de la información y de los medios que la alimentan, es dominar las mentes y los corazones. Con este monopolio de la información, desinformar estratégicamente es tarea bastante simple. El ideal del Gran Hermano es una sociedad absolutamente desinformada de lo que realmente ocurre, y transmitir el sentimiento de que todos saben de todo. En la prevista aldea mundial de McLuhan la noticia maquillada («editada») diaria da la sensación de que todos somos ciudadanos del mundo. Y no sabemos lo que pasa, ni siquiera en nuestro patio; mucho menos en la aldea mundial, donde, cada día más plenamente, reina, absoluto, el Gran Hermano que viene del Norte.

¿Ejemplos? Estados Unidos, 11 de septiembre de 2001. El mundo asiste, estupefacto, en vivo y a todo color, a la caída de las torres gemelas del World Trade Center, en pleno Manhattan, cerca de la estatua de la Libertad, una significativa donación del gobierno francés. Mientras, la televisión estadounidense ofrece su programación normal, las naturales «amenidades» de aquella hora matutina. Tal vez por eso, por ser una de las poblaciones menos informadas del mundo -aunque disponga de las más modernas máquinas y tecnologías informáticas y de comunicación- el pueblo de EEUU elige a los presidentes que elige. Siempre, haciendo las honrosas, diplomáticas y necesarias excepciones.

Venezuela, abril de 2002: las redes de televisión del país usan toda la tecnología disponible, sacan al aire los talk-shows con comentaristas debidamente preparados, diciendo que el presidente era un dictador que había que derribar. En los intermedios, espacios comerciales pagados por poderosos grupos económicos, convocaban a la población a salir a las calles. Hubo manifestaciones y choques entre los partidarios de y los contrarios a Chávez. Apareció entonces el francotirador que no podía faltar, y once personas murieron. «Ha sido la policía del Presidente», gritaban, sin respiro, los comentaristas de las cuatro redes de Televisión. Un cuerpo muerto tirado en medio de la calle: el argumento indiscutible para un golpe. En cualquier lugar del mundo.

Porto Alegre, un día antes de las elecciones de 2002: las encuestas del Instituto Brasileño de Opinión e Investigación (IBOPE) y de la Rede Brasil Sul de Comunicações (RBS) afirman que el candidato Germano Rigotto está

más de 12 puntos por delante del candidato Tarso Genro en las intenciones de voto, y por tanto, está virtualmente elegido. Una encuesta alternativa, por el contrario, predice un empate técnico entre los dos candidatos. Tras las elecciones y con la apretada victoria de Rigotto, los representantes del IBOPE y de la RBS comparecieron en público para decir que se habían «equivocado». Una oportuna equivocación de más de 10 puntos...

Invasión de Irak: el terror internacional adquiere nombre y rostro, es el Demonio, y es necesario que sea destruido, aunque ello cueste millares de vidas. Niños, jóvenes, ancianos, personas normales, civiles. Vale la pena el sacrificio, «en nombre de Dios». In God we trust. El Bien es occidental y cristiano; el Mal, es oriental e islámico. Este es el hecho periodístico creado y consumido, más o menos consensualmente, por la población mundial occidental. Lo que los grandes medios omitieron, estratégicamente -porque no era conveniente que la población lo supiese- fue que uno de los principales motivos de la invasión contra Irak tenía muy poco que ver con esta cruzada estadounidense del anti-terrorismo o anti-Mal. Uno de los grandes motivos fue la opción de Sadam Hussein por transformar el euro en moneda referencial para las transacciones comerciales del país, en detrimento del todopoderoso y omnipresente Gran Hermano dólar. No es difícil imaginar lo que significaría una oleada de países de todo el mundo haciendo la misma opción: una quiebra de la economía estadounidense. Realmente, ¿era muy conveniente que Sadam fuese derribado! Cuestión de «equilibrio económico»...

Un hecho periodístico se construye como conviene. Quien paga esta conveniencia proporciona los datos para la construcción del hecho. Hace dos mil años, esta «conveniencia» dictó la muerte de un inocente en la palabra de un sumo sacerdote: «Entonces, ¿no entendéis? Es más conveniente que muera un hombre solo, que perezca toda la población».

En este cuadro, que parece ofrecer muy pocas oportunidades para una reacción organizada y sistemática, es preciso reafirmar la importancia fundamental de la utilización de los medios alternativos para otra construcción: la construcción del hecho que construye otro orden social, político, económico, cultural y religioso. La utopía es, hoy, más necesaria que nunca, como una luz que ilumina, desde el horizonte de la historia, las luchas de los que todavía son capaces de luchar luchas imposibles. Que no aceptan pasivamente que el Gran Hermano tenga la última, la decisiva y definitiva palabra. Me refiero al uso consciente y comprometido con las luchas populares históricas de medios como las radios y TVs comunitarias

y, principalmente, como unos medios todavía democráticos (mientras el Gran Hermano no «inventa» una forma de codificar y cobrar royalties por este servicio público), internet y sus múltiples días de intercomunicación.

Y eso es importante cuando no aceptamos, así no más, afirmaciones simplistas y definitivas como... «la TV modela nuestra cabeza». Aquí cabe la pregunta: ¿los medios nos hacen a nosotros, o nosotros hacemos a los medios, en este caso, a la TV? En la compleja relación medios X consumidor, hay una evidente construcción colectiva circular: la realidad (personas, hechos, relaciones) alimenta a los medios, que alimentan la realidad que alimenta los medios que alimentan... y, así, sucesivamente. Propiamente hablando, los medios nada crean: apenas hacen circular, reelaborándolo, lo ya creado en/por la realidad.

Los medios son parte integrante de una construcción colectiva de conocimiento. Conocimiento que se supone con sentido. Incluso afirmando la fuerza motivadora y manipuladora de los grandes monopolios mediáticos, podemos aceptar y entender la afirmación de Jesús M. Barbero: «Los medios de comunicación no son un mero fenómeno comercial, no son un mero fenómeno de manipulación ideológica; son un fenómeno antropológico a través del cual cada vez más gente vive la constitución del sentido de su vida».



INFORMA Y CONTROLA

Cerca del 80% de las noticias internacionales que circulan en A.L. son propagadas por las dos poderosas agencias norteamericanas: la AP (Associated Press) y la UPI (United Press International), que esas agencias representan la ideología y los intereses económicos y políticos de EEUU.

Mientras las principales agencias de información de A.L. transmiten en su conjunto 50.000 palabras por día, las dos poderosas agencias de EEUU emiten un promedio diario de 8 millones, o sea, 160 veces más información que todas las agencias de A.L. juntas.

Esa información, de Norte a Sur, tiene un doble carácter: es mercancía que se nos vende, y es ideología que se nos inculca. Significa una grave y creciente dependencia económica y una no menos grave dependencia sociopolítica. Sus efectos negativos los podemos constatar tanto en el área cultural como en el campo del consumo y la publicidad.

Las transnacionales de la información no sólo ejercen constante y planificadamente la desinformación sistemática, sino que llegan a manejar a la perfección un código o gramática normativa para que el público consumidor acepte, en forma ingenua y acrítica, sus discutibles mensajes, y lo que es peor, su estilo de vida y su escala de valores.

Gregorio IRIARTE