

Los ecos de Umberto

Por Miguel Alemán V.

El pasado 19 de febrero murió Umberto Eco. Hombre de letras que dominó la palabra para iluminar las ideas. Supo darle dimensión y significado a los contenidos de alta calidad literaria en los años del despegue internacional de la televisión.

Por ello en el mes de octubre de 1974 en Televisa organizamos el primer encuentro de la comunicación en Acapulco, con la presencia de muchos especialistas de la talla de Marshall McLuhan, John Kenneth Galbraith y Umberto Eco, de quien rescato unos breves pasajes de su elocuente conferencia con ideas memorables que se distinguieron por una fuerza de diagnóstico y una enorme carga de profecía.

Lo conocí unos años antes de su publicación más famosa, *El nombre de la rosa*; un hombre joven de profusa barba y voz decidida que transmitía pensamientos que le hacían honor a su apellido y que quedó en la memoria de todos los que entonces lo escuchamos.

El debatía -en contraste con McLuhan- que el medio y el mensaje tienen dimensiones diferentes, como diferentes eran entonces los sistemas de televisión en diversos países. Cabe mencionar que México optó por la televisión comercial de corte norteamericano, mientras que en Europa, quizá por la insipiente recuperación económica de posguerra eligió modelos de control gubernamental, en ambos casos los contenidos siempre han estado en disputa; educación, entretenimiento, espejo de la sociedad o herramienta de progreso.

Sostenía que "la comunicación ya no es un instrumento para producir artículos económicos sino que se ha transformado en un artículo económico, que ya no existe la diferencia entre el control de los medios de producción y el control de los medios de comunicación". Algunos opinan que "los medios no transmiten ideologías sino que son en sí una ideología".

En uno de sus libros definió como "apocalíptico" que "lo que se diga a través de los canales de comunicación masiva no tiene importancia, que lo que cuenta es el bombardeo gradual y uniforme de información".

Ante esta situación él propuso una "utopía liberal", "en donde los mensajes sí tuvieran un contenido que pudiera fácilmente transmitirse y ser captado armoniosamente por el receptor".

Eran los años de la comunicación masiva generada por "un solo emisor, estructurado con alta tecnología capaz de emitir por un solo canal un mensaje dirigido a una vasta audiencia étnicamente diferente, que corresponde a diferentes

medios sociales determinados a su vez por diferentes condiciones de vida. En este sentido la diversidad e interpretaciones es la constante del denominador de la comunicación masiva...”

“De esta manera el mensaje no deberá considerarse como una entidad semiótica lineal y mono dimensional, es más bien un tejido, en el sentido de textura, que resulta de la interacción de muchos códigos sociales...”

“Nuestra cultura hace una distinción muy precisa entre tragedia, drama y comedia. Resultaría imposible concebir una historia que empezara utilizando el lenguaje, las actitudes y ademanes de las tragedias clásicas y en la que el héroe terminara triunfando en todo y viviera por siempre feliz. Existe un derecho de libertad de comunicación, pero para mí, la libertad de comunicación no es la libertad de hablar, sino la libertad de interpretar y la libertad de recibir...”

Y concluyo dirigiendo su mensaje a los futuros científicos de la comunicación: “...siempre y cuando su lugar no este únicamente entre los emisores, sino también entre los receptores. Así se podrá transformar al receptor en un nuevo emisor. Probablemente entonces, los procesos de comunicación dejarán de estar parados sobre sus cabezas y empezarán a pararse sobre sus pies...”

Rúbrica. Un caso de diván. Los resultados del *Super Tuesday* demuestran que el señor Trump quiere ganar la presidencia a costa de su “Wall in the border”, cuando sus peores derrotas se las ha llevado en “Wall Street”.

@AlemanVelascoM

articulo@alemanvelasco.org