

Pantalla del mundo nuevo - Andén

por Marcos Bentancourt - viernes, julio 05, 2019

<http://andendigital.com.ar/2019/07/pantalla-del-mundo-nuevo-anden/>

Diferentes bandas del *heavy metal* argentino han sostenido una permanente y tajante crítica hacia los medios de comunicación; cómo reflexionan sobre las diferentes problemáticas que atraviesan a estas organizaciones y qué contribuciones pueden brindar sobre el tema.

Es común pensar, con sentido común, que los medios de comunicación suelen mentir, manipular o lavar el cerebro de las personas. Estas son ideas que si bien tienen larga data, han recobrado su fuerza a partir de, por un lado, el blindaje mediático que goza el gobierno nacional actual y, por el otro, el surgimiento de las *Fake News* (noticias falsas en inglés) a nivel mundial. La academia no es la única que ha construido obras para abordar estas problemáticas. El rock, como expresión artística, también habló mucho al respecto y nosotros decidimos recorrer las sinuosas rutas por las que transitó, y sigue transitando, el *heavy metal* nacional. La moto que luce "[Ruedas de Metal](#)" ya arrancó, agárrense fuerte.

[YouTube Video](#)

Sin límite de velocidad

Riff, como banda de rock pesado que antecedió a los primeros grupos de *heavy metal* en Argentina, nos acerca una pista con su tema "[Pantalla del Mundo Nuevo](#)":

Mareado de novedades

Tambalea el mundo nuevo

Y hay un hambre de verdades

Que se fueron de paseo.

[YouTube Video](#)

El término *Fake News* esconde dos trampas: una es que siempre han existido las noticias falsas, esta canción salió a la luz en 1982. La otra es que la gran mayoría de las *Fake News* ni siquiera son falsas al 100%, sino que caen en una zona gris al poseer en parte contenido verdadero y en parte falso. Si bien muchas esconden una mala intención, otras se deben más que nada a la búsqueda de rédito económico o al mal periodismo. Entonces, ¿en qué radica la novedad de este concepto? En aquel entonces, Pappo enfocó el problema en la alta velocidad a la que estaba circulando la información.

Recordemos que en 1982 ni siquiera existía *Internet* tal y como la conocemos hoy en día. Los medios tradicionales (radio, televisión y diarios en papel) ahora se ven obligados a tener presencia en la web y a competir con numerosos blogs y portales. La cantidad de notas que se pueden publicar ahora se extiende al infinito (ya no se limitan a, por ejemplo, la cantidad de hojas de un diario) y los ingresos ahora se obtienen por la publicidad digital, la cual paga por la cantidad de visitas a esas publicaciones. El pago por cada visita o click es ínfimo debido a la gran cantidad de medios que ofrecen su espacio y, de esta forma, cada medio se ve obligado a publicar la mayor cantidad de contenido posible.

Bajo estas reglas, los periodistas deben realizar muchas notas por día, asumir cada vez más tareas (como las relacionadas a las redes sociales y la edición de fotos y videos) y utilizar múltiples estrategias para llegar a un público cada vez más disperso. Todo sin una mayor remuneración económica. Esto lleva a que no se verifiquen las fuentes; a que se repliquen noticias de otros medios; a que se realicen noticias engañosas, sin relevancia o totalmente fabricadas; a que se priorice la búsqueda de la primicia y no la investigación, etc.

El mareo del mundo nuevo que ya venía sufriendo el grupo liderado por Pappo, también lo expresó Lethal, en 1995, con "[Muerte por TV](#)". Lo novedoso del concepto de *Fake News* radica en que ahora es posible crear y difundir noticias falsas de forma más fácil y rápida que nunca antes.

[YouTube Video](#)

Esto nos lleva a pensar en una evolución de la sobrecarga informativa que ha generado algo para nada deseable: ciudadanos hiperinformados. El inmenso caudal de información que reciben las personas a toda hora les dificulta la tarea de distinguir información relevante, de calidad y verificada. Además, ¿cuánto podemos retener y comprender de toda esa información? La banda Arraigo describe esto en "[Pide Más Yuta el Malón](#)":

*Van reemplazando la historia por noticias
Y los libros por los diarios
Van construyendo imaginarios
Y así va circulando algo que todos dicen
y nadie puede explicarlo.*

[YouTube Video](#)

Bifurcación del camino

Entre las distintas estrategias que utilizan para ofrecer su servicio, los periodistas y los medios se venden desde la independencia, la objetividad, la pureza de la información, el rigor de los

datos duros y hasta incluso el estar exento de ideología política, todo para llegar a la verdad. Algunos de estos reclamos se pueden observar en la canción "[Paraverdad](#)", de Osario:

*Quiero hoy saber para dónde ir
Sin la anteojera de la buena prensa
Paraverdad
La objetividad anhela volver
A los caminos de la independencia
Cada cual a su molino
Escuche en la tele, sintonizar quieren
Pensar en diarios e ideologizar*

[YouTube Video](#)

Sin embargo, ¿es humanamente posible cumplir siquiera alguna de todas esas demandas? La teoría del *Framing* o del encuadre explica que no, porque esas pretensiones tienen su origen en el positivismo. Esta corriente fracasó al copiar los exitosos métodos de las ciencias naturales a las ciencias sociales. La posición objetiva no existe porque todo ser humano siempre encuadra la realidad desde un punto de vista. Los datos duros siempre son construidos a partir de determinados criterios, los cuales, a su vez, también son construidos a partir de determinada forma de analizar el mundo. Este análisis siempre se realiza desde una posición ideológica, es decir, un conjunto normativo de emociones, ideas y creencias colectivas que compatibilizan entre sí para describir y postular modos de actuar sobre la sociedad. Todo ser humano posee una ideología, sea cual sea, y toda ideología es política porque justamente propone una forma de actuar ¿Acaso es posible afirmar siquiera que existe una verdad pura? ¿Verdad según quién? Claramente cualquiera que afirme tenerla sería tildado de autoritario o demagogo, tal cual lo piensa Jeriko con "La Máquina del Miedo":

*La demagogia impera
Por la televisión
La propaganda elige
El blanco a eliminar*

No ceda el paso

Más medios ingresan a la competencia de Internet, cada cual con sus particularidades e intereses, pero en el ecosistema mediático es claro que el peso y tamaño siguen importando. Los monstruos como *Clarín* y *La Nación*, que cada vez engullen a más medios, son porotos en comparación con el duopolio de Google y Facebook, la representación de la hiperconcentración mediática a nivel mundial. Claramente los gigantes mediáticos poseen una capacidad privilegiada de negociar y presionar a los estados para que estos los beneficien a la hora de planificar las políticas públicas. Por supuesto que cuando llegue el momento de explicarlo los gobernantes y las corporaciones mediáticas lo venderán como un avance y que todo está "[Bajo Control](#)", como diría Rata Blanca, pero ¿Bajo control de quién?:

Desinformación consumirás
Que terminarás creyendo
Y la humanidad sucumbirá
Mientras alguien va diciendo:
Bajo control, bajo control.

[YouTube Video](#)

Ahora bien, ¿en qué medida los medios, incluso los más hegemónicos, tienen la capacidad de manipular a las personas a su antojo? En Argentina hay dos hechos conocidos que suelen refutar esta creencia. Juan Domingo Perón asumió el poder en 1945 con la mayoría de los medios de comunicación más poderosos en su contra. Cuando fue derrocado en 1955, tenía casi todos los medios a su favor, ¿cómo se explica esto? La obsoleta teoría de la Aguja Hipodérmica, la cual concebía a una masa desprotegida que sufría una inyección de información y la recibía en su totalidad, pasaba por alto que las personas se mueven en variados círculos sociales. Estos comprenden, entre otros, a la familia, los amigos, las instituciones educativas, el lugar de trabajo, los sindicatos, las organizaciones sociales, ámbitos de esparcimiento y deporte, etc. En estos distintos espacios, las personas asumen siempre un punto de vista que puede modificarse o reafirmarse al compartir y debatir los diferentes hechos noticiosos. Así nunca va a haber una visión única de la realidad, lo cual es cantado por Jeriko, en ["Reventado"](#):

*Recorriendo calles viví
Emociones y encierros vanos.
Descubrí historias de verdad
Que los diarios jamás contaron.*

[YouTube Video](#)

Está instalado en el imaginario social que la comunicación es igual a medios, a ellos les pertenece. Empero, la comunicación es inherente al ser humano y en ella se juega la instalación del sentido común. Ni siquiera los signos, como las palabras, tienen un único significado. Ya lo había dicho Voloshinov: "El signo es la arena de la lucha de clases". Si bien Velocidad 22 habla de esto en varias canciones, ["Vándalos de Cuero"](#) es muy interesante por su llamado a movilizarse y expresarse en las calles:

*La calle es guerra y no me quedo ante el televisor
De cuero negro con amigos, metal, descontrol
Las tachas brillan, viejos miran con resignación
La Policía nos persigue, busca represión*

*Los Desertores del Sistema somos vos y yo
Con vandalismo reflejamos insatisfacción
Patea puertas, quema tachos, pinta la pared
El Heavy Metal sigue vivo ¡Vamos a vencer!*

[YouTube Video](#)

Fuentes:

- Franca, Joao y Rodríguez Majado, Álvaro (2017), "Análisis de medios digitales en tiempos de fake news". Documento de Posgrado en Periodismo Digital. Universitat Pompeu Fravra.
- Voloshinov, V (1992), "El marxismo y la filosofía del lenguaje", Alianza, Madrid.
- Sádaba, Teresa (2007), "El éxito del framing en la teoría de la comunicación". Framing: el encuadre de las noticias. El binomio terrorismo- medios. Buenos Aires, La Crujía.

"Reproduzca esta información, hágala circular por los medios a su alcance: a mano, a máquina, a mimeógrafo, oralmente. Mande copia a sus amigos; nueve de cada diez las estarán esperando. Millones quieren ser informados. El Terror se basa en la incomunicación. Rompa el aislamiento. Vuelva a sentir la satisfacción moral de un acto de libertad". (Rodolfo Walsh)