

EL RUMOR Y SUS RECOVECOS

Por Fernando Butazzoni

Viernes 04 de abril de 2008 | 3:40

La velocidad con que se propaga un rumor varía, pero nunca es lenta. En unas horas, tras desperezarse en el gabinete de algún profesional, el rumor bien construido enfila directo al corazón de una comunidad. Allí están los ciudadanos, la gente, los principalísimos actores de la vida social y los que, con displicencia, le dan de comer a las palomas en las plazas. Los jefes políticos, los tigres y las tigresas del mundo empresarial, el vecindario, la City. Todos terminan bajo su manto, entre aterrados y seducidos. Todos son víctimas del rumor.

Ha habido rumores célebres, sobre todo porque terminaron provocando grandes calamidades públicas o pequeñas tragedias privadas. Cuentan que Howard Hughes, el millonario más loco de la historia, tenía contratados decenas de informantes que le trasmitían, a diario, los rumores que circulaban en New York, Washington y en la costa de California. Uno de esos rumores refería a su presunta demencia. Hughes se lo tomó a pecho, se encerró en una oficina y estuvo aislado del mundo durante varias semanas, mientras su estructura financiera crujía y los empleados de sus empresas lloraban por los rincones. El final fue terrible, pero esa es otra historia.

Algunos rumores son persistentes, regresan una y otra vez con pequeñas variantes, para alimentar sueños o pesadillas populares. En la década de 1970, un sociólogo norteamericano acuñó el término “leyenda urbana” para referirse a esos rumores que terminaban convertidos en narraciones, perfeccionadas en sus más mínimos detalles por decenas de anónimos propagadores. Nunca hay precisiones, sino vagas referencias que permiten darle un cierto marco al rumor que se cuenta. La quinceañera que bailó pero ya estaba muerta, la infidencia, el jinete sin cabeza. En fin, rumores vueltos espantajos.

Esas especies surgen con más energía en los momentos de mayor incertidumbre. Todos recordamos algunos de los rumores que circularon en Montevideo el invierno del año 2002, después del desastre bancario. Uno de ellos refería a una supuesta marcha de “miles de hambrientos” que venían desde el Cerro por Carlos María Ramírez y desde La Unión por la avenida 8 de Octubre, con el fin de “saquear” el Centro de la ciudad. Muchos comerciantes, asustados por lo que habían visto en la Argentina unos meses antes, cerraron sus puertas y literalmente huyeron para encerrarse en sus casas. Se suspendieron actos, se cancelaron exámenes. La televisión, en vivo y de forma por demás extraña, investigaba la veracidad del

rumor no en el lugar donde supuestamente ocurrían los hechos (el Cerro, la Unión) sino donde se había propagado (18 de Julio).

La segunda parte de la historia es menos conocida: ¿quién propaló el rumor de la referida marcha en barrios populares de Montevideo? No se puede responder con certeza en cuanto a la identidad de las personas, pero resultó claro desde un principio que se trató de un operativo planificado: hubo automóviles que circularon por 18 de Julio informando a los transeúntes y comerciantes “lo que estaba ocurriendo”, es decir el rumor sobre esa marcha. Después, las turbulencias económicas y financieras del momento hicieron olvidar aquel episodio singular.

El daño que provoca un rumor bien construido (es decir: conciso aunque con grandes connotaciones, posible aunque casi siempre falso, impactante aunque no siempre importante) suele ser terrible. En 1978 comenzó a circular en Estados Unidos la versión de que la cadena Mc Donald's utilizaba gusanos y lombrices como ingredientes secretos de sus célebres hamburguesas. Hubo inversiones publicitarias gigantescas, estudios científicos independientes y auditorías gubernamentales solicitadas por la propia compañía, destinadas a desmontar ese rumor. Sin embargo, bien entrada la década de los 90, una investigación de la Universidad de Chicago concluyó que en amplios sectores de la población de Estados Unidos aún se tenía por cierto que McDonald's le ponía gusanitos a las hamburguesas, aunque un economista de Harvard demostró que a la empresa le resultaría más caro poner lombrices que no ponerlas.

También los especialistas afirman que desmentir formalmente un rumor no sólo es ineficaz sino que suele tener el efecto contrario al esperado. Kapferer, en su conocido libro sobre el tema, utiliza una frase que ejemplifica algunos de los resortes sociales y psicológicos que aparecen detrás del “éxito” de un rumor. Dice el teórico que, quien desmiente un rumor poderoso con autoridad, se convierte en un “aguafiestas” de la vida social cotidiana.

Es que el rumor fabricado de forma profesional (técnicamente se llama “rumor agresivo”) suele tener componentes de calamidad y asombro que terminan por resultar atractivos para muchísima gente. La calamidad porque sublima miedos en el afuera, el asombro porque permite construir otras realidades. En 1969 comenzó a circular la versión acerca del “truco” del primer alunizaje humano. Ese rumor generó una ola internacional que, entre la incredulidad y la diversión, abarcó a millones de personas en todo el mundo. Se escribieron libros a propósito de ello, se hizo una película, se debatió durante años. Pues bien, en la actualidad según la NASA el 11 por ciento de los norteamericanos cree que esa especie era verdadera, y que la Luna nunca ha sido hollada por los humanos. Fuera de EEUU ese porcentaje se dispara hasta un abrumador 54 por ciento en España.

Resulta maravilloso imaginar un cuento del tío lo bastante perfecto como para embaucar a la Humanidad en su conjunto. No soy yo el único tonto que se ha creído esta o aquella historia: resulta que todos hemos sido engañados. ¡Aleluya, que no estoy solo!

Ninguna comunidad, por supuesto, está libre de los rumores. Las sociedades humanas se exponen todo el tiempo a dichas especies. La mayoría son arrojadas sin ton ni son, porque sí, a ese especie de vacío social que es el anonimato. La casi totalidad tiene corto alcance y

efectos restringidos. Pero hay otros rumores que son de verdad muy fuertes, resistentes al sentido común y a la decencia. En general los interesados en que se propague terminan por mostrar, de una u otra forma, las patas de la sota. Se puede rastrear el origen del rumor, se puede analizar quién es el principal beneficiario de una falsedad dicha y repetida. En general, se puede llegar a conclusiones, aunque nunca podrá probarse nada.

Montevideo tiene, según los especialistas, buenas condiciones para el manejo profesional del rumor: es una ciudad grande aunque no demasiado, la gente se interconecta muy fácilmente, no hay obstáculos sociales, culturales o geográficos que sean infranqueables, etc. La historia reciente ha demostrado esa facilidad. No siempre la propagación de un rumor tiene origen, contenidos o efectos políticos, aunque siempre tiene sustratos políticos, ya sean estos evidentes o solapados. Y por cierto que la clase política no está exonerada de responsabilidad en tan delicado asunto. Muy por el contrario, reiteradas veces ha sido protagonista principal, desde una tienda u otra, de echar a rodar esos bolazos. En ocasiones, la bocha terminó golpeando sus propias cabezas, lo que no ha menguado el entusiasmo de algunos.

| .