



ME MEDIOS DE COMUNICACIÓN: ¿TECNOLOGÍA BAJO SOSPECHA?

MAURA SECCI



Comunicación mediática y espacio público,
Rodrigo Fidel Rodríguez Borges y Domingo
Fernández Agis, Servicio de Publicaciones de
la Universidad de La Laguna, 2008.

La gran revolución de nuestros tiempos es seguramente la revolución de la comunicación, una revolución que empezó en el siglo XV con Gutenberg, el padre de la imprenta moderna, y que ha evolucionado a una velocidad vertiginosa gracias al desarrollo tecnológico que la ha acompañado.

El libro *Comunicación mediática y espacio público* analiza esta evolución desde los primeros años de la prensa popular de gran tirada en el siglo XIX, pasando por el desarrollo de la radiodifusión hasta la aparición y el desarrollo de la televisión. El poderoso influjo de estos tres grandes medios de comunicación ha cambiado decisivamente nuestro estilo de vida y nuestra cultura hasta el punto de que hablar de una “construcción mediática de la realidad” se haya convertido prácticamente en lugar común.

La primera parte del libro –“Elementos de la industria mediática de masas”– arranca con una disección histórica y analítica del concepto de opinión pública que tiene en Habermas y Luhmann dos referencias centrales. Para los autores del texto, la idea de opinión pública está directamente vinculada con la noción de ciudadanía y con la existencia de unos medios de comunicación que sirven como espacio público de discusión de todos aquellos asuntos de interés colectivo. Nos encontramos en estos capítulos con una presentación documentada y atractiva de los medios de comunicación “clásicos”: el periódico de masas que apareció a finales del siglo XIX, la radio de la segunda década del siglo XX y la llegada de la televisión pocos años después. Instrumentos que han transformado la vida cotidiana de las personas y que se han instalado como elementos tradicionales en nuestros hogares y en nuestra vida social; herramientas que han impulsado y desarrollado una cultura diferente, más rápida y efímera, donde la información se ha vuelto instantánea y básicamente icónica.

En la segunda parte del texto –“La configuración de la opinión pública”– Rodríguez Borges y Fernández Agis enfatizan la importancia de los medios de comunicación como generadores de tendencias, creadores de realidades (o irrealidades) y fabricantes de consensos y disensos en los asuntos públicos. Los *media* hablan a las grandes masas, tienen el poder de seducirnos y –lo que es más importante– de hacernos creer algo independientemente de la veracidad de la información emitida.

MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y OPINIÓN PÚBLICA

Como bien señalan los autores, vivimos una revolución de las comunicaciones cuyo rumbo definitivo está aún por determinar. Aunque parece excesivo creer que nos encaminamos hacia una sociedad de la *multielección* en la que cualquier consumidor podrá acceder libremente a un catálogo prácticamente infinito de contenidos y medios de comunicación, tal como sugiere Negronte, nada nos autoriza, sin embargo, a mantener ese viejo discurso *intelectualoide* que hace de los medios de comunicación el epítome de todas las estrategias de adocenamiento ideológico.

Bien es cierto que la televisión –por hablar del medio con mayor alcance social– se comporta con demasiada frecuencia

como un artefacto propagador de estulticias o un altavoz irresponsable que propaga una visión de la sociedad como un lugar inhóspito en el que sólo medran los inmorales, los ventajistas y los corruptos, pero a este respecto cabría recordar la pregunta insidiosa de Umberto Eco: ¿La televisión perjudica al público o es el público el que perjudica a la televisión? A este respecto, los autores nos advierten contra la falsa nostalgia por “los buenos viejos tiempos” del periodismo cuando la opinión pública tenía en los periódicos de calidad una información seria, fiable y ajena al sensacionalismo. Ese tiempo, en realidad, nunca existió. Eso que Vargas Llosa ha llamado “periodismo excremental” forma parte sustantiva y no precisamente irrelevante de la intrahistoria de la comunicación mediática y para convencerse de ello basta con echar un vistazo a las biografías de famosos editores de prensa como Pulitzer o Hearst, por mencionar dos nombres de referencia.

En todo caso, un juicio ponderado sobre el papel de los medios en la sociedad contemporánea requiere que también se tomen en consideración los efectos positivos: la circulación de información a gran escala es hoy un aspecto consustancial a la realidad globalizada en la que vivimos. Por primera vez en la historia humana, todos somos contemporáneos y compartimos un mismo espacio vital. La visionaria percepción de McLuhan del mundo como una aldea global tiene cumplida materialización en nuestros días, aun cuando venga acompañada de una profunda desigualdad en la distribución de los flujos informativos mundiales.

El análisis que se ofrece en *Comunicación mediática y espacio público* huye tanto de la visión apocalíptica de los medios, que deriva con frecuencia en pura melancolía, como del acrítico optimismo tecnológico. El lector que se acerque a estas páginas no encontrará un catálogo de certezas incontestables, sino un esfuerzo argumentativo en el que las preguntas, las dudas y las sugerencias tienen más peso que las respuestas taxativas.

Medios de comunicación: ¿tecnología bajo sospecha? Seguramente, pero la resolución de estas desconfianzas depende en gran medida de las decisiones que la audiencia –todos nosotros– tome.