

# Banda aparte. Formas de ver

## (Ediciones de la Mirada)

Título:

La tiranía de la comunicación

Autor/es:

Tarin, Javier M.

Citar como:

Tarin, JM. (1999). La tiranía de la comunicación. Banda aparte. (14):133-133.

Documento descargado de:

<http://hdl.handle.net/10251/42353>

Copyright:

Reserva de todos los derechos (NO CC)

La digitalización de este artículo se enmarca dentro del proyecto "Estudio y análisis para el desarrollo de una red de conocimiento sobre estudios fílmicos a través de plataformas web 2.0", financiado por el Plan Nacional de I+D+i del Ministerio de Economía y Competitividad del Gobierno de España (código HAR2010-18648), con el apoyo de Biblioteca y Documentación Científica y del Área de Sistemas de Información y Comunicaciones (ASIC) del Vicerrectorado de las Tecnologías de la Información y de las Comunicaciones de la Universitat Politècnica de València.

Entidades colaboradoras:



## LA TIRANÍA DE LA COMUNICACIÓN

Ignacio Ramonet, Madrid, Temas de Debate, 1998.

## TRANSTEXTOS

Javier M. Tarín



En su novela *Fahrenheit 451* Ray Bradbury describe una sociedad presidida por los medios audiovisuales en la que los libros y sus lectores son perseguidos, aniquilados, quemados en la hoguera. En ese mundo futuro la comunicación intrascendente tiene un papel crucial en las relaciones sociales y la saturación de información audiovisual facilita el control de la población por el poder. Se proporciona de manera abundante información inútil que hace que la gente se crea inteligente y se evita todo lo que hace referencia a temas más conflictivos. Tan sólo entretenimiento que conduzca a la felicidad.

Es evidente que la profecía no se ha cumplido de manera literal, pero sí que anticipa algunos de los aspectos que Ignacio Ramonet describe en su libro sobre la sociedad de la comunicación. Su planteamiento renuncia desde el principio a los términos morales y a la teoría del complot y trata de reflexionar sobre el complejo funcionamiento de los medios sin reducirlo a la dicotomía del bien y del mal. El punto de partida, como no puede ser de otra forma, es la revolución multimedia en la que nos encontramos sumidos. La unión del televisor, teléfono y ordenador está suponiendo un cambio sustancial en el ámbito de la comunicación al permitir el tratamiento digital de la información, el acceso y transmisión inmediata de la misma. Las fusiones de empresas de los distintos campos implicados están a la orden del día y se dirigen a ampliar su campo de acción y a dominar todo el proceso: contenidos, producción, difusión y conexión con el abonado. Su única directriz es la lógica del mercado y la información deviene mera mercancía y no un ser-

vicio público que posibilite un adecuado funcionamiento democrático. Así las cosas, estos megagrupos de la comunicación no dudarán en utilizar la información —muchas veces de producción propia— en su beneficio e imposibilitarán la supervivencia de un periodismo verdaderamente independiente con vocación de servicio democrático. En el contexto global, el control de este proceso está por entero en las manos del Norte: Japón, Europa y EE.UU. El Sur no tiene posibilidad alguna de crear mensajes y difundirlos, no es capaz ni siquiera de elaborar un discurso sobre sí mismo que le permita contrarrestar las dos formas en que el Norte lo representa: o infierno de dolor y muerte o paraíso de sol y playa. La globalización no parece ser otra cosa que el perfeccionamiento del dominio de unos países sobre otros.

Hasta el momento y retomando una idea recibida del racionalismo del siglo XVIII, era posible afirmar que a mayor información se gozaba de mayor libertad. Actualmente esa ecuación empieza a tambalearse. Nos encontramos en un mundo en que la producción de información es enorme, quizá sea una de las cosas que más se producen, y no obstante, es dudoso que su circulación masiva proporcione una mayor libertad a los ciudadanos de las democracias modernas. Más bien al contrario. Información se confunde cada vez más con comunicación, que se ha convertido en la varita mágica capaz de resolver todos los problemas en los distintos ámbitos. Tal y como indica la publicidad, lo importante es poder comunicar —sin importar lo que se comunique— y la tan necesaria función de informar en las democracias queda relegada a un discretísimo segundo plano. Comunicar, es decir, la circulación de la información ha absorbido el propio concepto de informar, a saber, proporcionar a los miembros de una sociedad datos fiables y veraces que ayuden a la formación de una auténtica opinión pública y que faciliten su intervención en la gestión social.

La devaluación informacional se debe para Ramonet, entre otras razones, a que la difusión se rige por dos parámetros principales: el mimetismo y la hiper-emoción. El criterio de verdad se ha transformado de tal manera que un hecho es verdadero, no porque se haya verificado suficientemente sino porque los diferentes medios lo repiten. Y en ese sentido no se puede distinguir entre un medio y otro tal como se venía haciendo tradicionalmente porque todos ellos dicen lo mismo y se imitan hasta la saciedad. Además, en especial en la televisión, la emoción es el recurso retórico básico de manera que el dogma de veracidad parece ser: si la emoción que siento es verdadera también lo son estas imágenes que me la provocan. La televi-

sión se ha convertido, asimismo, en el piloto informativo y su estilo, basado en el directo y la información continua, equipara ver con entender. El paradigma es la Cable News Network (CNN) que defiende la información en directo y en tiempo real como el mejor modo de informarse. El esquema tradicional situaba al periodista como mediador/filtro entre el acontecimiento y el ciudadano, ahora entre estos dos polos sólo está el cristal líquido de la pantalla televisiva. Este modelo destila la idea de que es posible informarse solo, sin necesidad de nadie y si uno se equivoca es responsabilidad suya. El periodista, por su parte, desbordado por la cantidad de noticias que le llegan y presionado por el tiempo de emisión o publicación se convierte en un instantaneísta que carece de la distancia suficiente del acontecimiento para hacer un verdadero análisis.

Según el autor, la prensa se encuentra en crisis porque los conceptos básicos del periodismo —información, actualidad, tiempo y veracidad— se han transformado. En dicho proceso tiene mucho que ver el que la televisión se haya convertido en el líder informativo. Ella es la que establece la agenda que, en demasiadas ocasiones, el resto de medios deben seguir, incluso cuando los hechos relatados no han sido verificados. Los ha contagiado de la fascinación por la imagen, que supone que sólo lo visible es verdadero. Asimismo, la prensa escrita reproduce la emoción que los telespectadores han tenido frente a la pantalla y utilizan en sus textos el mismo registro afectivo usado por la televisión. Se apela al corazón y no a la razón. El telediario se ha erigido en el centro informativo aunque su estructura viene determinada por la puesta en escena y las leyes del espectáculo en busca del entretenimiento más que de la información de calidad. Además, su éxito como vía de información suscita el interés de los políticos y de los publicistas que pugnan por aparecer en estos espacios y determinar sus contenidos.

Ante todo esto el ciudadano está perplejo y desconfía de los medios de comunicación, en especial, tras el papel que tuvieron en la Guerra del Golfo donde quedó clara su capacidad actual de manipulación en el discurso de la guerra. En ese sentido, es esclarecedor el relato de Ramonet del desarrollo que la comunicación ha tenido en este ámbito una vez aprendida la lección de Vietnam. Desde entonces, en los conflictos que implican a las potencias occidentales se ha evitado que la prensa accediera a los combates con la excusa de la inseguridad y ésta se ha limitado a transmitir los partes que el ejército le iba proporcionando.

En definitiva, se ha perfeccionado el modo de censura. Antes se sabía que se recortaba la información, ahora, por el contrario, da la sensación de que toda la información está al alcance de todos. Se crea, así, una pantalla opaca que impide la búsqueda de datos diferentes a los que circulan. La superabundancia y la saturación proporciona invisibilidad a esta nueva censura que merma las cotas democráticas pero al mismo tiempo mantiene la ilusión de libertad.