Los medios como males de la sociedad global

POR **ANA I. SEGOVIA ALONSO**

Editorial Cal y Arena. Raúl Trejo Delarbre. *Poderes salvajes. Mediocracia sin contrapesos*
México D. F., 2005

Raúl Trejo Delarbre, profesor de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Autónoma de México (UNAM) y miembro del Instituto de Investigaciones Sociales de esa universidad, retoma en *Poderes Salvajes* una de las preocupaciones que han marcado su extensa bibliografía (más de una decena de libros). Ésta no es otra que la preponderancia de los medios de comunicación de masas sobre la vida civil, política y económica de las sociedades actuales (que él mismo denominó ?sociedades ausentes? en otra de sus publicaciones). Esa idea se ve arropada por otras reflexiones en torno a la transnacionalización y aumento del poder económico y político de las empresas multimedia, la reivindicación de los sistemas públicos de radiodifusión y la defensa de políticas culturales efectivas, la sobreabundancia pasmosa de información y su falta de contextualización, el aumento de la brecha digital, la mercantilización de la cultura, el sensacionalismo y exceso de los medios, su autocomplacencia y, como corolario, la apuesta por una recuperación de la responsabilidad social y ética en los medios.

Siete acercamientos a la seducción mediática

Todas estas introspecciones acerca de los medios de comunicación de masas se estructuran en torno a siete capítulos que corresponden a distintas conferencias pronunciadas y artículos escritos por el autor a lo largo de los últimos cinco años, versiones ampliadas, actualizadas o corregidas en mayor o menor medida para su publicación conjunta. Precisamente de esta recopilación derivan tanto los aciertos como el principal problema del texto.

Por un lado, esa suma de ensayos presentados por el autor en la introducción inicial ofrece la posibilidad de recorrer las cuestiones que hoy preocupan y se debaten en torno a los medios de comunicación de masas, desde la idea de que los medios se han convertido en actores

Fundación Telefónica
Telefónica

políticos clave hasta su deficiente cobertura de hechos y perspectivas necesarias para la existencia de una democracia real para los ciudadanos. De esta forma, el autor se plantea la crispación ?y ordinariez? constante en la que los medios sumergen a las sociedades contemporáneas, fruto de su obsesión por el mercantilismo, la rentabilidad y las audiencias.

De ahí su reivindicación por el espacio público y por un sistema público con fines distintos y una institucionalidad y compromisos propios que le permitan ser independiente del gobierno de turno. Asimismo, aboga también por la participación del Estado (referencia inevitable en todo el libro) frente a la idea de la autorregulación. El acierto fundamental de sus argumentos, desde este punto de vista, es la encrucijada en la que se encuentra todo gobierno a la hora de establecer leyes que definan los compromisos de los medios con la sociedad, toda vez que han de enfrentarse a su enorme poder económico y capacidad de influencia ideológica y presión política.

Sin embargo, esta multitud de intereses de estudio abordados hace que la coherencia sea en ocasiones una ardua tarea, si no imposible. Y que, en ocasiones, los ejemplos y argumentos resulten excesivamente reiterativos. Así, pasamos de la reflexión detenida y pausada sobre los medios del primer capítulo al torbellino de la cobertura mediática de los acontecimientos del 11 de septiembre y la posterior invasión a Irak de 2003, para aterrizar en un tercer capítulo (sobre los medios mexicanos durante el Gobierno de Fox) excesivamente descriptivo que choca con el carácter discursivo del resto de los ensayos y rompe, desde nuestro punto de vista, la armonía del conjunto. A partir de aquí se desarrolla una serie de relatos en los que se hace patente el contexto mediático del cual proviene el autor, pero volviendo a su perspectiva especulativa característica que hace posible la extrapolación de sus comentarios al resto de sistemas de medios existentes en nuestras sociedades contemporáneas (por ejemplo, en lo que se refiere a cómo y por qué se desarrollan unas leyes de comunicación específicas al servicio de las empresas y no de los intereses ciudadanos).

Enfrentarse al poder los medios: ¿ingenuidad o esperanza?

En resumidas cuentas, Trejo Delarbre nos presenta todo un catálogo de inquietudes en torno a lo que se ha dado en denominar ?mediocracia? y al papel de los medios en nuestras sociedades y vida cotidiana que desemboca en planteamientos tan interesantes como la consideración de la gente como extensiones de los medios ?y no al revés?. Por ello el autor plantea el ?poder salvaje? de éstos ante una ciudadanía de baja intensidad falsamente representada por ellos; ante una ausencia de contrapesos en el espacio público, donde los medios se convierten en fiscales que no permiten el escrutinio de sí mismos y que enarbolan la bandera de la desregulación, sometiendo el régimen comunicativo a los intereses del poder económico.

De la reprobación del autor tampoco se libra la ceguera académica-metodológica existente en muchas ocasiones a la hora de abordar este complicado campo de investigación, en la que «la reflexión y la elaboración intelectuales acerca de la comunicación, no las hemos transnacionalizado tanto como les ha ocurrido a nuestros sujetos de estudio que son los medios».

Fundación Telefónica
Telefónica

La situación hegemónica de los medios de comunicación de masas trazada en los diferentes capítulos es evidente, si bien la crítica aparece compensada por dosis y recetas para la esperanza, como cuando señala que no hay que desdeñar el poder de los medios, pero tampoco sobrecogernos ante él. Aunque es difícil no hacerlo. A pesar de todo, Trejo Delarbre apuesta por el optimismo, sugiriendo medidas de cambio que pasan por la intervención del Estado en la creación de legislación específica que limite la concentración y que apueste por un sistema público alejado de la televisión privada y de la ?televisión de gobierno?, por una actuación de los medios más acorde con su ineludible responsabilidad social (que implica la recuperación de valores éticos y una mayor seriedad en el tratamiento de los contenidos para que sean promotores de la democracia y no obstáculos a ella), y por el desarrollo de una cultura cívica capaz de acotar los medios, resistirlos y convivir con ellos.

Fundación Telefónica
Telefónica