

El rapto del periodismo

Pedro Lozano Bartolozzi

Eunsa. Serie Comunicación

Pamplona, 2013. 265 págs.

Considerar las transformaciones que está viviendo el periodismo convencional en su nueva ubicación en la Sociedad de la Información, ha sido el propósito fundamental del Profesor Emérito de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Navarra, Pedro Lozano Bartolozzi para escribir *El rapto del periodismo*, y donde quiere dejar de manifiesto lo que denomina el «tardoperiodismo» (p. 13), fenómeno que describe como la transformación de los periódicos en simples medios de opinión o entretenimiento, por encima de lo informativo.

Este ilustrativo texto, consta de ocho apartados y un epílogo. En el primero de ellos el autor habla sobre la información transnacional en el tardoperiodismo donde deja por sentado que con las nuevas tecnologías ahora todo es inmediato y próximo y que la periodicidad del papel ha sido relegada. Incluso asegura que la profesión se encuentra en los umbrales del «postperiodismo» o que está frente a un «neoperiodismo» (p. 40), tesis que sostiene en el segundo punto y que, muy certeramente, titula en honor al célebre periodista norteamericano Walter Lippmann «Los periódicos ya no sirven para envolver pescado», para explicar, de forma irónica, que la inmediatez de los nuevos medios anula la necesidad de informarse en papel impreso, y por tanto, comprarlo. En el tercer punto, Lozano Bartolozzi, llama «tsunami informativo» a la información generada en las redes; y analiza todo el proceso comunicativo desde los conceptos emisor-mensaje-receptor hasta la agenda setting.

Por otro lado, en el cuarto apartado hace una extensa y profunda crítica a la función comunicativa de los medios. En un primer término cita a Sempere, quien se centra en la preocupación de McLuhan por «la forma en que el medio transforma el mensaje. Su efecto contractor o multiplicador... [...] Los efectos de los medios modifican la percepción de los mensajes» (p. 106). A continuación hace un especial hincapié en la fortaleza sistémica que hay entre el hombre y el mundo a través de un medio de comunicación, incluso compara el mito de la Caverna de Platón con «personas que contemplan, en penumbra la pantalla del televisor e incluso, encendiendo la luz y cambiando 'la valla que se interpone' por unas hojas de papel impreso» (p. 118). Asimismo, destaca la excesiva reverencia al maquinismo y no solo responsabiliza a la industrialización de subsumir el mensaje en el medio sino de convertirlo en un producto de fabricación y consumo masivo (p. 132). Finalmente, establece una clara diferencia entre la «razón comunicativa» y la «razón informativa», alegando que la primera valora las relaciones fundamentales de los procesos, mientras que la segunda se apoya en las relaciones reales, independientemente de sus soportes mediáticos (p. 152).

La guerra como espectáculo televisivo o la información bélica, es el tema tratado en el punto quinto del libro; allí el autor hace unas importantes consideraciones sobre la guerra, la propaganda política y el periodismo, como por ejemplo

cuando se refiere a la hegemonía comunicacional de la televisión, que a su juicio, ha originado el término de «guerras espectáculos» por el impacto que las imágenes de los combates han causado no sólo en la opinión pública sino en la propia concepción de las operaciones bélicas» (p. 164).

El sexto y séptimo apartado los dedica básicamente a los valores democráticos expresados en el artículo 19 de la Declaración de los Derechos Humanos, sobre la libertad de opinión y expresión; y el divorcio que hay entre la Organización de las Naciones Unidas (ONU) y la opinión pública por causas como «la tensión entre la entidad excesivamente idealizada del concepto ONU para la opinión pública y la realidad de su acción» (p. 217) o el sentimiento de culpa de las Naciones Unidas para influir en la creación de una agenda telemática internacional.

Para concluir, en el último punto hace una reflexión bastante campechana sobre las motivaciones que lo llevaron a escribir un libro acerca del ecosistema informativo o el tardoperiodismo, como él los llama, por lo que dedica su obra a la savia de la Universidad: los alumnos.

No obstante, hay que destacar el epílogo bastante ilustrativo que hace sobre el poder que tiene un medio de comunicación, con el ejemplo de la novela «Las 1001 noches» cuando el genio de la lámpara compara al «polipasto noticioso» con una alfombra mágica, otorgándole poderes como oír, hablar, escribir, leer, volar, incluso derribar reinos, favorecer o detener guerras...

Virginia Linares Rodríguez
Universidad Complutense de Madrid