

Cortocircuitos reflexivos en comunicación

<https://doi.org/10.56418/txt.18.1.2024.5>

Rosa María Arráez, Darío Martín y Raquel Pajares (Coords.)
Servicio de Publicaciones de la Fundación Universidad Europea Miguel de Cervantes
Valladolid, 2023. 257 páginas. ISBN 978-84-126114-4-1.

Esta obra se publica bajo la siguiente licencia Creative Commons:
Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0)



Se suele entender que un cortocircuito en una línea eléctrica es una descarga que la propia línea no puede soportar, lo que acaba provocando un fallo en el sistema. Es decir, normalmente se entiende que un cortocircuito es un problema disruptivo. Sin embargo, en este libro, titulado *Cortocircuitos reflexivos en comunicación*, el supuesto “problema” da lugar a una acción tan productiva como necesaria en estos tiempos: la reflexión que, entendida como acción y efecto de pensar atentamente, supone una meditación, una cavilación sobre algo que nos preocupa. ¿Y sobre qué reflexiona esta obra? Sobre el pasado de la comunicación (Sección Sólida), sobre el momento actual (Sección Líquida) y sobre los retos y perspectivas de futuro (Sección Gaseosa).

Sin duda el propósito de los coordinadores de esta obra, Rosa María Arráez, Darío Martín y Raquel Pajares, a la hora de plantearse su estructura y contenido fue el de dibujar un mapa de fácil lectura para un público muy diverso que va desde el ámbito investigador y docente hasta el de los profesionales del Periodismo y de la Comunicación, tanto los que cuentan con una abultada trayectoria como los que inician sus pasos en alguno de estos ámbitos.

Los autores seleccionados para ejercer de guías, profesores del Departamento de Ciencias Sociales de la Universidad Miguel de Cervantes de Valladolid, nos invitan a reflexionar sobre la Comunicación y hacia dónde se dirige desde muy diferentes perspectivas, como son la docencia y la investigación, pero también desde el punto de vista de su aplicación práctica en el mundo de la Comunicación Organizacional, la Publicidad y, por supuesto, el Periodismo y la Comunicación audiovisual.

Si bien para saber hacia dónde va la comunicación no hay que olvidar de dónde se viene, este libro no arranca con el pasado, sino con el presente. No en vano, se suele decir que el presente es el futuro del pasado. Y en esta obra queda de manifiesto que nunca se ha parecido tanto el presente al futuro que imaginábamos, como en el momento en el que se escriben estas líneas.

Los autores que realizan sus aportaciones en la Sección Líquida ofrecen a los lectores un auténtico “cuaderno de bitácora” para tratar de desenvolverse en la revolución que experimenta la comunicación desde hace ya dos décadas y que ha transfigurado el mundo tal y como lo conocíamos, dando lugar a una sociedad totalmente interconectada y global en este siglo XXI. Así, inmersos en ese proceso de profundos cambios que vivimos en el momento actual, y por lo tanto influidos por ellos, esta obra analiza el infoentretenimiento, no ya como una tendencia, sino como auténtico género de moda en televisión; el inevitable protagonismo de los contenidos audiovisuales en las narraciones transmedia; el paso de la llamada publicidad encubierta a la actual “información negociada”, por supuesto desde un punto de vista evidentemente crítico; o la actual sociedad denominada postmoderna y caracterizada por la velocidad, la cultura de masas, la sociedad de consumo, la información, la tecnología y el individualismo, a través del Cine.

Pero quizá uno de los aspectos más interesantes del libro para los docentes en materia de Comunicación, son los capítulos que reflexionan sobre la percepción que los propios alumnos tienen de los contenidos que se les imparten, y especialmente de los que ahondan en el carácter histórico o revisionista del pasado. En este punto, la profesora Cristina Cañamero reconoce que es precisamente en Historia de los medios audiovisuales donde más se evidencia la creciente distancia entre los profesores más mayores y las generaciones más jóvenes. ¿Por qué? Porque ya no tienen los mismos referentes audiovisuales.

La segunda parte del libro es ya la Sección Sólida, el pasado, el punto de apoyo en el que se origina todo lo que ha venido después. En este apartado se nos brinda una seria reflexión sobre la responsabilidad social en el marco de la comunicación organizacional, una realidad ya plenamente consolidada que ha venido para quedarse. Y en la misma línea, un análisis sobre la efectividad persuasiva en la comunicación estratégica a través de un estudio de caso.

¿Son los periodistas filósofos? Es una de las preguntas que se auto formula el profesor Eduardo Gutiérrez. Y la respuesta es sí. “Los periodistas no sólo son filósofos en el sentido mundano, porque operan con Ideas, sino que, además, son una de las fuentes principales de la sabiduría mundana de la ciudadanía democrática en nuestro presente” (p. 179).

También hay cabida para el estudio de cómo la narrativa cinematográfica aborda el problema del tiempo. Recuerda el profesor Santiago Bellido una frase del célebre cineasta Christopher Nolan: “una de las intenciones de cualquier nueva película es añadir alguna pequeña aportación a la gramática o al léxico del cine” (p. 123). Y del mismo modo, algunos capítulos de esta obra retroceden a “escenas anteriores” más o menos conocidas por el espectador/lector para, de este modo, aclarar circunstancias presentes. Como el que analiza la importancia de lo visual dentro de la actividad publicitaria, donde el diseño de la imagen ha pasado de ser una herramienta a un auténtico arte.

De nuevo en esta Sección Sólida encontramos capítulos directamente dirigidos a docentes en materia de Comunicación. Como el que analiza las ventajas de la introducción de estrategias colaborativas basadas en las nuevas tecnologías de la comunicación en la enseñanza de diversas asignaturas de Periodismo, algo que encastra a la perfección con el Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) que, aunque ya plenamente implantado en nuestras universidades, sigue generando debate entre docentes e investigadores.

Por último, en la Sección Gaseosa, lo que está por venir, no podía faltar una seria reflexión sobre la crisis del Periodismo actual que, como en toda “tormenta perfecta” no proviene de una sola causa, sino de una conjunción simultánea de muchas de ellas. La profesora Rosa María Arráez destaca “una tardía adaptación del periodismo a las nuevas tecnologías, lo que ha influido en su pérdida de liderazgo” frente

a otros canales de comunicación, unida a la manipulación económica y política o al desdibujamiento de los límites entre información y persuasión publicitaria (p. 207). No obstante, la autora es optimista e insta a la sociedad a aprovechar esta crisis o “cortocircuito periodístico” para reflexionar y como revulsivo para su reinención.

Del mismo modo, también se analiza la clara relación existente entre responsabilidad social corporativa y reputación. Son dos conceptos diferentes, afirma la profesora Raquel Pajares, pero “la responsabilidad social puede ser una estrategia efectiva para construir y mantener una reputación positiva en un mundo cada vez más consciente de las cuestiones sociales y ambientales” (p. 242).

En definitiva, un enfoque absolutamente holístico de la Comunicación en todos sus ámbitos y a lo largo de sus tres grandes etapas: pasado, presente y futuro. Una “pizarra colectiva”, como subrayaba el propio autor del prólogo, Mario Rajas Fernández, que demuestra que docencia e investigación son inseparables y que desde las aulas se genera conocimiento avanzado y se afronta el reto del cambio tecnológico, cultural o social sin soslayar ningún aspecto trascendental” (p. 16).

Rosa Masegosa Sánchez
Universidad de Valladolid