

Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación

J. B. THOMPSON

Paidós, Barcelona, 384 págs.

Trad. de Jordi Colobrans

La modernidad y el ecosistema mediático

Gonzalo Abril

1 octubre, 1999

Una gran parte de la teoría social contemporánea ha subestimado el papel de los medios de comunicación en la constitución de ese complejo de relaciones materiales, institucionales y simbólicas al que llamamos modernidad. Atendiendo unas veces a los procesos de secularización y racionalización, analizando otras el devenir contradictorio del proyecto ilustrado o el surgimiento y la implantación del capitalismo industrial, los teóricos sociales han propuesto relatos muy variados y reveladores sobre la superación histórica de las «sociedades tradicionales», a menudo teñidos de un dramatismo prometeico que constituye en sí mismo un síntoma de las querencias mitológicas modernas. Pero tanto el pensamiento sociológico de influencia durkheimiana, como los de raíz maxweberiana o marxista, han minusvalorado frecuentemente los procesos de desarrollo de redes, de domesticación de flujos, de transformación de las representaciones, las experiencias y las sensibilidades que tuvieron lugar a partir de la expansión de la imprenta y de los nuevos procedimientos técnicos de visibilización y de relación a distancia, es decir, los procesos que fueron conformando la «mediosfera», el ecosistema mediático de la existencia moderna.

La investigación clásica de los medios, paradigmáticamente representada por la *mass communication*

research norteamericana, fue, curiosamente, un cómplice destacado de esa minusvaloración. Al limitarse al estudio de efectos locales e inmediatos, o al de los procesos de «exposición selectiva» por parte del público, desatendió el papel de los medios como configuradores de un marco de socialización que condiciona los hábitos, las actitudes, las representaciones sociales y que reporta, por ende, importantes efectos cognitivos y prácticos «a largo plazo». Los comunicólogos empiristas respaldaban así el prejuicio de aquellos teóricos sociales que reducían la esfera mediática a un satélite compuesto de materiales efímeros y pintorescos girando en torno al gran planeta de los cambios sociales verdaderamente significativos.

Para valorar adecuadamente la relación *intrínseca* o *reflexiva* entre el desarrollo de la modernidad y el del universo mediático, hay que rechazar, como hace Thompson, la idea de que los medios sirven para transmitir información o contenidos simbólicos a individuos cuyas relaciones son, *a priori*, indiferentes a un marco sociocultural mediáticamente configurado. O, dicho de otro modo: hay que entender que los medios conforman más que informan. Que no son «fuentes» de emisión y difusión de mensajes, sino nudos estratégicos en una compleja red de discursos, instituciones y prácticas que entrelaza diversas agencias de poder y de producción simbólica. Por esta razón hay que desdeñar también la ideología del fundamentalismo tecnológico que propugna una influencia mecánica y unidireccional de los dispositivos comunicativos sobre las relaciones sociales y las representaciones culturales.

Como ha resumido G. Murdock, desde una perspectiva crítica próxima a la de Thompson, la relación entre la modernidad y los medios ha de examinarse al menos en cuatro dominios: el de la interacción entre sistemas comunicativos y socialidad: la redefinición de la intimidad, de lo público y lo privado, de la relación personal a distancia, etc.; el de la reconstrucción del espacio y el tiempo: la memoria personal y colectiva, la rearticulación de lo global y lo local, etc.; el de la reflexividad social en relación con la dinámica de las representaciones colectivas y con las formas de control e institucionalización; el de las identificaciones de los sujetos en términos de ciudadanía y de consumo.

El estudio de Thompson se aventura en todos estos territorios, incluso en el del «yo como proyecto simbólico», con el respaldo explícito de tres tradiciones teóricas, a las que tampoco escatima comentarios críticos generalmente certeros: la de la Escuela de Frankfurt y los primeros trabajos de Habermas, los estudios sobre medios de Innis y Meyrowitz, y, por fin, las corrientes hermenéuticas contemporáneas, desde Gadamer y Ricoeur hasta Geertz.

Para Thompson la comunicación es un tipo de «actividad social que implica la producción, transmisión y recepción de formas simbólicas, y que compromete la materialización de recursos de varios tipos», especialmente de los medios técnicos que permiten almacenar y fijar contenidos simbólicos, reproducir sus formas y separarlas espaciotemporalmente de su contexto social de producción. Este distanciamiento espaciotemporal me parece especialmente relevante: al desarraigar la acción social del aquí-ahora interpersonal, al desprender al sujeto de las normas y de los posicionamientos enunciativos de la comunidad, los dispositivos mediáticos (y no sólo ellos: también los sistemas de transporte, el dinero y en general los «sistemas expertos», en el sentido de Giddens) permitieron esa reordenación desarraigada de las prácticas, las instituciones y las agencias subjetivas locales que identificamos, sin más, como organización moderna. El análisis de Thompson se orienta, en este mismo sentido, a examinar las formas de «mediatización de la cultura» con bases claramente

institucionales antes que las transformaciones de las creencias, los valores o las *mentalités* que interesaban a muchos teóricos sociales clásicos. De ahí, pues, su interés por la expansión de la imprenta y de las redes globales, por las condiciones de la producción moderna de noticias y por la transformación de las instituciones mediáticas en empresas comerciales a gran escala.

En este contexto, las anotaciones críticas de Thompson sobre la emergencia y el declive de la «esfera pública burguesa» antaño teorizados por Habermas resultan muy interesantes. La espectacularización y la personalización de la actual política mediática no suponen, como quería Habermas, una paradójica «refeudalización» moderna de la esfera pública, sino nuevas formas de «gestión de la visibilidad», de organización de la interacción social a distancia y, en general, de rearticulación de los procesos simbólicos.

Los apuntes teóricos de Thompson sobre la «apropiación localizada» de los productos mediáticos globalizados, sobre las nuevas rehabilitaciones de la tradición y sobre la creatividad del nomadismo y la hibridación cultural contemporáneos, por más que sumarios, podrían ser provechosamente contrastados con las perspectivas que ofrece Castells en la *Era de la información*, una obra deslumbrante e imprescindible, pero algo reduccionista en su planteamiento antagonizante entre la lógica global de los flujos y las lógicas locales de la identidad.

Para quien se interese por los medios, por la modernidad o por la relación entre ambos términos, el ensayo de Thompson, a la vez denso y de escritura precisa, es insoslayable. Y sé que es mucho decir.