

Noelia García Estévez

**Javier H. Contreras Orozco. *Las redes de la revolución digital*. México, Textos Universitarios, 2012 (117 páginas)**

El lector que se aproxime al libro escrito por Javier Contreras Orozco, catedrático de la Universidad Autónoma de Chihuahua (México), tendrá entre sus manos una obra ambiciosa, por la complejidad del contenido que en ella se aborda, pero también una magnífica guía para entender las claves de la comunicación humana actual y de las estructuras sociales vigentes.

No es fácil tratar en pocas páginas y con el tono sencillo y claro que utiliza el autor la encrucijada temática de la ecología mediática, la democracia y la política, la educación y la tecnología digital. Todos ellos elementos integrantes del actual tejido social enmarcado en la era de la tecnología y de la revolución digital. Es evidente que el nuevo panorama implica también el desarrollo de nuevas formas de relacionarse, el surgimiento de diversos estilos de vida y la modificación de conceptos y actitudes.

El ciudadano de hoy ha de ser consciente del mundo en el que le ha tocado vivir y es por eso que la lectura de este libro es más que recomendable no solo para académicos y científicos sino para cualquier persona comprometida con su entorno y con su papel en la sociedad. Contreras nos invita a conocer los impactos de esta revolución mediática y digital a través de varios ensayos y análisis académicos con los que nos descifra los códigos del nuevo contexto mediático y social.

El libro está estructurado en tres bloques a lo largo de los cuales se nos marca una ruta que se inicia en la concepción del nuevo mundo digital, que continúa con la noción de la ciberdemocracia y el binomio medios y política y que finaliza con la manifestación del poder de la emoción. De este modo, se nos plantea una estupenda descripción del statu quo de la cuestión, una ventana para conocer la realidad social, política y mediática que nos rodea.

Una de las primeras paradas que hace el autor es en algo tan sustancial como el conocimiento y las maneras de conocer y la influencia que en ello tiene la creación de nuevos medios. En sintonía con la famosa afirmación de McLuhan “el medio es el mensaje”, Contreras entiende que el surgimiento de un nuevo medio de comunicación genera nuevos patrones de asociaciones, lo que conlleva nuevas formas de conocimiento. Ahora bien, si para McLuhan cualquier tecnología es una extensión de nuestro cuerpo, mente o ser, para Contreras los medios de comunicación pueden también limitar la misma razón humana, debido a que éstos se han convertido en suplentes de los sentidos.

No es extraño que en la época de la superabundancia de información se propicie una pereza mental propia de una cultura mediática de mucho ver y de poco entender. La televisión es el mejor garante de esta cultura llegando a convertirse en un meta-medio que no solo dirige nuestros conocimientos del mundo, sino también la percepción de las maneras de conocer.

La forma de asimilar la información y el conocimiento ha cambiado de forma radical e irremediable debido a estas nuevas tecnologías. Además, esta revolución tecnológica tiene la particularidad de operar a nivel global consolidando la sociedad de la información y el fenómeno de la globalización. Sin embargo, en este contexto hallamos también nuevas formas de desigualdad en el acceso a la información y a Internet. Se trata de la conocida como “brecha digital” que se define como la separación que

existe entre las personas que utilizan las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) como parte rutinaria de su vida y aquellas que no tienen acceso a las mismas o, aunque lo tengan, no saben manejarlas. Es decir, se entiende que existen principalmente dos brechas: la brecha norte-sur y la brecha generacional.

Es fundamental en el mundo de hoy garantizar el acceso a Internet de todas las comunidades y es que la lógica nos dice que el paisaje mediático y la propia red serán más valiosos cuanto más gente tenga acceso a los mismos e interaccionen. Por eso, es tan importante luchar por el libre acceso a Internet y evitar que gobiernos y poderes político-económicos censuren espacios cibernéticos privando a la ciudadanía del derecho a participar en ellos. Del mismo modo, la alfabetización mediática y digital se plantea como una necesidad para que las personas puedan asimilar el uso de las TIC como base fundamental para el desarrollo y práctica de las competencias ciudadanas, cívicas y sociales.

Que la política se ha valido y se vale de los medios de comunicación es, a estas alturas, una obviedad. De hecho, pocas diferencias encontramos entre el planteamiento de una campaña de marketing comercial de un producto cualesquiera y el de una campaña de marketing electoral de un candidato a la presidencia. Se vende un producto como se vende un candidato, una idea o un gobierno. Para ello, la estrategia de la emoción, la política emocional, es utilizada hasta el empacho para convencer a unos indecisos electores capaces de quedar obnubilados ante la espectacular sonrisa de uno de los candidatos.

Se ha pasado pues de una política caracterizada por la acción racional e intelectual a otra de tipo lúdico o emocional donde la acción del mercado ha impuesto su presencia. La economía de mercado, reforzada con la tecnología, ha globalizado y unificado las actividades humanas hasta tal punto que la política ha resultado ciertamente deteriorada, pues en ella imperan los parámetros visuales y emocionales que se utilizan en las prácticas comerciales.

En este horizonte aparecen conceptos nuevos que interrelacionan las TIC, con los poderes sociales y políticos y la democracia. La mediocracia desplaza el poder hacia los medios de comunicación con el consiguiente positivo efecto antiséptico sobre los mecanismos del ejercicio del poder político pero también con el consecuente problema de quién controla a los controladores. Tal es así que se empieza a hablar de una democracia electrónica ante la cual surge un quinto poder capaz de operar de manera independiente al conocido como cuarto poder de la prensa y que permite a los ciudadanos ejercer una mayor presencia y visibilidad. Nos referimos al periodismo ciudadano o participativo cuya mejor manifestación, según Contreras, es la tendencia de la ciudadanía a tomar la red para hacer presente, para movilizarse, protestar, edificar o echar abajo un gobierno.

Para el mantenimiento de la credibilidad y prestigio de los medios de comunicación se hace preciso hoy más que nunca abogar por la ética periodística. Este reto deontológico consiste en el conocimiento por parte de los medios y de los propios periodistas de la dimensión moral su trabajo, habiendo de cumplir en su labor el principio de equilibrio entre la responsabilidad por las consecuencias y la fidelidad a la ética. Esto es, la necesidad de una autorregulación y del compromiso con la credibilidad. Sin olvidar que la calidad periodística y el verdadero éxito de los medios radican en la actualidad en la creación de puentes entre los periodistas y sus audiencias.