



Los Medios ¿benefician o perjudican a la sociedad?

Robert Ferguson

Los medios bajo sospecha. Ideología y poder en los medios de comunicación.

Traducción: Ofelia Castillo, Rafael González del Solar, Gabriela Ubaldini, Iñaki Ogallar y Margarita Polo. Barcelona, Gedisa. 2007.

ISBN: 978-84-9784-124-5

Catedrático de Estudios Culturales y Medios en el Institute of Education de la Universidad de Londres, Robert Ferguson nos ofrece en esta obra una síntesis de su experiencia docente, en la cual se interroga sobre el papel de los medios de comunicación en la sociedad. El libro ofrece materiales para la reflexión, la polémica y la profundización sobre el estudio y la investigación de los medios. Es como un abre bocas que despierta numerosas inquietudes

y controversias en torno a una temática, siempre vigente, los medios de comunicación.

Como lo ratifica su autor al decirnos de qué se trata, su pretensión es marcar su singularidad provocando preguntas, a veces insólitas, relevantes y agudas, sobre los medios. La perspectiva de análisis es asumida desde los cuatro factores que más han contribuido significativamente a producir los agitados cambios en el mundo de la comunicación: el computador personal, Internet, los medios digitales y la transmisión por satélite. En ese sentido, no obstante la poderosa influencia de los medios tradicionales —televisión, cine, radio y periódicos impresos—, el fenómeno se revierte sobre un conjunto de medios que ha variado sustancialmente a partir de la segunda mitad del siglo xx y que impone, por tanto, nuevos registros para su análisis.

La interpelación a los medios, según el autor, no puede darse por fuera de la relación que ellos establecen con las sociedades en las que operan, sus contextos, intereses, culturas y economías. Es decir, están estrechamente ligados al contexto social de su producción y utilización. Por tal motivo, sostiene Ferguson, “estudiar los medios implica estudiar mucho más que los medios” (p.14). En tal sentido, las metodologías de investigación que se adopten no pueden ser neutrales, implican siempre, implícita o explícitamente, una postura epistemológica con sus correspondientes consecuencias.

En la perspectiva asumida por Ferguson, medio y mensaje son inseparables a través de un interés proporcional, nunca excluyente. Así, el estudio de los medios implica familiarizarse con ciertas “prácticas significativas” identificables en relación con su propósito de transmitir ciertos significados.

Por encontrarnos inmersos en culturas mediáticas conviene, tal vez, en la perspectiva del autor, formular preguntas más que exigir respuestas consolidadas, desarrollando una visión a largo plazo de corte analítico-comparativo.

El libro está estructurado en trece capítulos en los que el autor aborda una amplia gama de teorías, métodos y ejemplos mediáticos. Se discute

en ellos desde las teorías de la ideología y la dimensión ideológica de los mensajes mediáticos hasta la defensa misma del estudio de los medios. Se pasa revista en el intervalo a debates sobre el discurso para el estudio y cuestionamiento de los medios; debates acerca del posmodernismo y la posmodernidad referida a los medios; discusiones sobre la cuestión del realismo y la “realidad virtual” en los medios; se abordan, igualmente, las cuestiones de género y clase en los medios; se discuten también las maneras en que se representa la historia en televisión, al igual que el debate sobre el público o las “audiencias” de los medios. Finalmente, se discute el impacto de las nuevas tecnologías sobre las formas, las pautas de consumo y los mensajes accesibles en todo el mundo.

El libro no pretende, en modo alguno, agotar la temática referida a los medios; insinúa tan sólo algunos de los ejes más sobresalientes para su discusión: “El proceso de adquirir cierta comprensión de los medios lleva tiempo” (p. 22).

Desde esta última perspectiva, el libro es útil para los estudiosos de la comunicación por cuanto alrededor de temas estratégicos provoca innumerables cuestionamientos que ayudan a construir una mirada crítica sobre los medios de comunicación, “con el acento puesto en las condiciones políticas, económicas y sociales que permiten su desarrollo dinámico y veloz”.

Luis Ignacio Sierra
Departamento de Comunicación
Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá.