

Alberto González Pascual y Rafael Rodríguez Prieto, *Caos digital y medios comunes: transformaciones de la sociedad de la comunicación social en el siglo XXI* (Dykinson, Madrid, 2014)

Laura Flores Anarte

Universidad Pablo de Olavide de Sevilla

El libro es el resultado de la puesta en común de los saberes de dos autores con una larga trayectoria en investigación y práctica centrada en los medios de comunicación y el análisis del impacto social de la revolución digital.

Alberto González Pascual, doctor *cum laude* en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense, lleva años combinando su carrera académica – es profesor asociado del Área de Comunicación de la Universidad Rey Juan Carlos – con su actividad en empresas privadas del sector audiovisual: siendo en la actualidad director de transformación en el grupo PRISA, también ha trabajado como coordinador de I+D de contenidos para los canales de televisión Cuatro y Canal+. Su obra científica es profusa. Algunos de sus publicaciones más recientes son «Imperialismo Digital. La fantasía política de nuestro tiempo» (Revista Claves de la Razón Práctica, 2014), «*El progreso de Internet en los países emergentes: Situación e interacción para el impulso de la sociedad y economía digitales*» (Revista TELOS, 2012), o «Políticas de impulso para el progreso de Internet en el mundo. Referentes para generar crecimiento social y económico en España» (Dykinson, 2011).

Por su parte, Rafael Rodríguez Prieto, es profesor titular de Filosofía del Derecho y

Política en la Universidad Pablo de Olavide, donde ha liderado el proyecto de I+D, financiado por el Ministerio de Educación, *Restricción de Contenidos y Censura Digital*; y es subdirector del *think tank* Laboratorio de Ideas y Prácticas Políticas. Este libro recoge también los resultados obtenidos en las investigaciones llevadas a cabo en ambos proyectos. Entre su producción científica más reciente relacionada con el análisis de los medios destacan las obras «Dictanet v. Free(share)net. *Un análisis crítico de Internet*», (Cátedra, en proceso de edición), «*Desmotando el mito de Internet. Restricción de contenidos y censura digital en la Red*», (Icaria, 2015), ambos escritos en colaboración con Fernando Martínez Cabezero; o «*Justicia, Internet y la construcción de lo común. Una aproximación desde la economía política de la comunicación*» (Cuadernos Electrónicos de Filosofía del Derecho, 2011).

Ambos autores son miembros del grupo de investigación avanzada James B. Conant de la Universidad de Harvard, de cuyas actividades de investigación también forma parte de la obra analizada.

Desde el prefacio los autores dejan claro que la idea central de este trabajo es subrayar la necesidad de unos medios de comunicación audiovisual de mayor calidad, dada la importancia crucial de los mismos en la calidad democrática

de una sociedad o, como ellos mismos dicen “la necesidad de que los medios (...) asuman su protagonismo y liderazgo como pilares del desarrollo democrático” (p. 55). Para ello llevan a cabo en primer lugar un análisis de la situación actual de los medios de comunicación desde una perspectiva jurídica, económica, social y técnica, identificando los puntos mejorables y teorizando acerca de los principios básicos que deben cumplir unos medios audiovisuales *de calidad*; para luego concluir con una propuesta de lo que a su juicio sería el panorama ideal de los medios para que estos cumplieran con el papel de *servicio público* que le atribuyen. Esta operación se lleva a cabo con la propiedad de quien sabe de lo que está hablando que les otorga la experiencia dentro del sector audiovisual: Recordemos que González ha trabajado durante años en producción de contenidos de dos cadenas de televisión. Por su parte, Rodríguez fue uno de los impulsores de una propuesta para dotar a Canal Sur 2 de contenidos tras la suspensión de la programación propia de la cadena que se produjo en 2012 a causa de la falta de financiación. Rodríguez y su equipo desarrollaron una propuesta de proyecto colaborativo que involucraba a diversos entes de la sociedad andaluza para ofrecer una programación televisiva alternativa, de calidad y a bajo coste.

En consonancia con el espíritu de esta iniciativa (que finalmente fue tristemente rechazada por los responsables de la cadena pública), los autores basan los postulados defendidos en la obra en la atribución a los medios de comunicación de una *responsabilidad social* en la configuración de una ciudadanía más crítica y mejor formada culturalmente. En este sentido, resulta muy ilustrativa la reflexión que se plantea en la página 80, a saber:

“En definitiva, ¿de qué pueden servir horas de enseñanza en la escuela de valores antisexistas e igualitarios si luego se programan de manera indiscriminada y en cualquier horario telenovelas que difunden alegremente ideas machistas como valores normalizados por la práctica social?”

Para superar el modelo vigente y alcanzar un sector audiovisual que responda adecuadamente a los retos sociales propuestos, los autores apelan a las *potencialidades de Internet*, un medio que brinda a los usuarios las posibilidades materiales para pasar de meros espectadores a la participación activa a través de la creación de contenidos. Para González y Rodríguez, esta es una premisa fundamental y una gran ventaja para el proceso de construcción de *la sociedad de la información ideal*.

La obra está dirigida no solo al público académico, ni solo a profesionales del sector de la comunicación, sino a todo aquel que tenga interés en forjarse una opinión crítica acerca de la evolución del sector audiovisual en España. En este sentido, los lectores sentirán cierta familiaridad a lo largo de todo el libro, ya que la gran mayoría de las hipótesis propuestas por los autores están ilustradas con ejemplos por todos conocidos de experiencias televisivas o de la Red. Sin abandonar el campo de lo científico, se mezclan magistralmente un tono académico y pedagógico con expresiones y términos más recientes o de corto recorrido. Algo, por otro lado imprescindible, si lo que se pretende es radiografiar las últimas tendencias del mercado audiovisual, en constante evolución.

En sintonía con lo anterior, la bibliografía utilizada es extensa y heterogénea, pues recogen desde obras de los autores más

recientes e innovadores en el campo de la comunicación audiovisual, como Brynjolfsson, Candón Mena o McChesney; con otros autores más clásicos pero no por ello menos pertinentes de citar, como Hoffman, Keynes o Marx.

En cuanto a estructura, el libro se encuentra dividido en cinco capítulos más la Introducción, en la cual se comienza por fundamentar la necesidad de un cambio profundo en el sector audiovisual que dé respuestas a las necesidades reales de la población en lugar de responder a objetivos puramente egoístas de lucro privado

En esta parte también se lleva a cabo un análisis jurídico de las normas que han regulado el sector audiovisual en España desde finales de los años 80 y la evolución (a peor) que ha ido experimentando a raíz de los sucesivos cambios legislativos que se han ido produciendo. A juicio de los autores, la regulación jurídica del sector audiovisual es una herramienta fundamental para asegurar que estos avances tecnológicos cumplan con su papel de garantes de las libertades públicas en una sociedad democrática. Ilustrativamente, toman como ejemplo la Ley Orgánica de Comunicación de Ecuador y la reforma constitucional que en materia de medios y comunicación se viene realizando en México desde 2013, en las que, a pesar de encontrar puntos con los que disienten, consideran ilustran la posibilidad de utilizar la reglamentación de los medios de comunicación como un arma para combatir la concentración y la censura y forzar la pluralidad de contenidos y la defensa de los valores democráticos en los medios.

A lo largo de la Introducción también se sienta la idea de la pauperización que los medios audiovisuales de nuestro país, tanto públicos como privados, han expe-

rimentado en los últimos años. La falta de inversión en I+D y contenidos novedosos; la búsqueda incesante del lucro a costa de cualquier otro objetivo más noble, como cubrir las necesidades o expectativas de los espectadores; la falta de margen de maniobra de los profesionales de la información y la comunicación a causa de las abultadas deudas de las cadenas que les obligan a seguir criterios fijados por sus acreedores; la concentración de la propiedad de la mayoría de los medios audiovisuales en manos de unos pocos con intereses económicos también en otros sectores; o los intentos de controlar los contenidos por parte de los sucesivos gobiernos y la falta de legitimidad y credibilidad que todo esto conlleva, son algunas de las causas apuntadas para este panorama desolador que nos dibujan.

En el primer capítulo, «*El escenario audiovisual actual: riesgos, desafíos y consecuencias*», se ahonda en este análisis, concluyendo que el devenir de la (des)regulación jurídica el sector audiovisual ha tenido como consecuencia la mercantilización del sector.

La segunda mitad del capítulo está dedicada a la influencia de los avances técnicos y de Internet en los medios de comunicación, explicando como algunas empresas del sector audiovisual han sabido adaptarse y aprovechar con éxito las innovaciones técnicas y otras han desaparecido por no haber sabido adaptar su modelo de negocio al nuevo paradigma tecnológico.

El segundo capítulo, «*Creatividad digital, cambio técnico y progreso económico*» es una reflexión profunda acerca de los factores que inciden en el crecimiento económico para concluir que el factor decisivo es la innovación derivada de los avances técnicos y científicos.

Para ello, apoyándose en las hipótesis de Schumpeter, establecen la siguiente cadena de acontecimientos: Una sociedad basada en el conocimiento, es la base indispensable para crear mentes brillantes que *inventen* cosas; la aplicación de esas invenciones al proceso productivo se traduce en *innovación*, que es la clave del progreso económico, de la generación de riqueza. Sin embargo, a juicio de los autores, se trata de una contradicción para el propio sistema capitalista: pues una de las condiciones para que se dé esa innovación es la situación de competencia abierta y pluralidad, contraria a la tendencia del sistema capitalista de monopolizar los descubrimientos científicos para poder explotarlos económicamente, sacando mayor rédito frente a sus competidores.

También señalan, a modo de crítica, que la innovación técnica no tiene por qué traducirse inmediatamente en progreso y apuntan datos que demuestran que, aunque los medios técnicos de las empresas han aumentado, eso no se ha correspondido ni con un aumento de los salarios ni de los puestos de trabajo, pero sí con un aumento de la productividad. Lo que genera desigualdad y, al final, es contraproducente para el propio desarrollo de un modelo productivo creativo.

A lo largo del tercer capítulo, los autores se centran en analizar el efecto que la contradicción entre sistema capitalista e innovación anteriormente señalada tiene en el ámbito de la comunicación, destacando cuestiones como el efecto negativo que los avances tecnológicos pueden tener en el empleo, al afectar a las estructuras productivas existentes, como es el caso de la crisis de la prensa escrita a raíz de advenimiento del formato digital.

Para resolver esta cuestión, los autores concluyen que: «*La clave para el creci-*

miento no es sustituir a las personas por máquinas, sino poner en el centro de la revolución digital a las personas.» (p. 203).

En este sentido, otra idea fundamental que está presente a lo largo de todo el libro y que desarrollan en este capítulo es la necesidad de que el talento innovador deje de estar al servicio prioritario del ánimo de lucro en lugar de intentar responder con él a las verdaderas necesidades sociales.

En el capítulo cuarto, “*Medios Comunes: Los pilares filosóficos para una transformación de los medios de comunicación*” encontramos la aportación principal de la obra y la propuesta más valiosa al campo de la comunicación audiovisual: partiendo del concepto de *lo común* como nueva categoría diferente de lo público y de lo privado, los autores diseñan un nuevo tipo de medio audiovisual: los *medios comunes*. Para González y Prieto, los *medios comunes* tienen por objeto atender a las necesidades de la población, desarrollando la idea de servicio público, pero de manera independiente del poder político. Al mismo tiempo, los *medios comunes* se configurarían de tal manera que los ciudadanos pase de ser meros espectadores a convertirse también en productores de contenidos.

Como ejemplo práctico de este nuevo tipo de producción destinada a cubrir las necesidades de la ciudadanía en lugar de a la obtención de beneficios, se recoge en esta parte del libro una síntesis de la experiencia del proyecto televisivo presentado a Canal Sur.

Para finalizar, en el capítulo 5, los autores se preguntan sobre la capacidad del desarrollo digital y la evolución de internet “*para romper con el modelo de conoci-*

miento útil” imperante en la sociedad y “*contrarrestar el rechazo o desuso de la cultura elevada*” (p. 329) y enumeran, a modo de conclusión, las siguientes ideas:

- La necesidad de convivencia de los tres modelos de medios de comunicación (públicos, privados y comunes) para la promoción de los valores democráticos.
- Que el objetivo de las empresas del sector audiovisual, sea cual sea su naturaleza, sea siempre la producción de contenidos culturales, de entretenimiento y de información, en promoción de los valores democráticos y evitando mezclar este servicio con otro tipo de intereses.
- La necesidad de promover la inversión en I+D de las empresas privadas de comunicación.

El colofón final de la obra, continuando con el tono propositivo y de crítica constructiva que la impregna, lo constituye una propuesta legislativa para la regulación del sector audiovisual que recoja los principios de los medios comunes.

En definitiva, un libro a tener en cuenta para aquellos que estén interesados en conocer al detalle los entresijos de los medios de comunicación audiovisuales desde una perspectiva crítica pero, sobre todo, una obra valiosa por las aportaciones teóricas que fundamentan la construcción de un nuevo sector audiovisual; un modelo saneado económicamente, más democrático, más participativo, diverso y de calidad.