

R. Tranche, Rafael, *La máscara sobre la realidad. La información en la era digital*. Madrid: Alianza Editorial, 2019, 239 páginas.

Desde los años sesenta –con emblemáticos ensayos como *La sociedad del espectáculo* (Debord) o *Apocalípticos e integrados* (Eco)– se viene constatando que los mejores análisis de la comunicación de masas y del sistema mediático proceden de pensadores que no son exactamente comunicólogos, sino que se sitúan en un ámbito más amplio, en ese espacio de pensamiento humanista integrador de la sociología, semiótica, filosofía, psicoanálisis y hasta teoría política. Inversamente, habría que decir que no hay en el último medio siglo teorías explicativas del conjunto de la sociedad que no sitúen a los medios de comunicación en el centro de sus indagaciones y propuestas, como reflejan los tres tomos de *La era de la información* (1997-2000) de Manuel Castells. Ello no podía ser de otro modo en una sociedad de la información donde han proliferado canales y redes, la comunicación amalgama las noticias con el entretenimiento, el arte y la cultura dependen de su impacto en los medios, el ejercicio del poder político está determinado por el sistema mediático o el valor de muchas iniciativas empresariales depende de la “imagen (pública) de marca”... hasta el punto de que los medios de masas acaban por ocultar su condición de mediadores entre los usuarios y la realidad, pues se constituyen, de hecho, en realidad misma.

Las transformaciones tecnológicas de las últimas décadas que han llevado a multiplicar los flujos de comunicación con nuevos canales y sistemas de recepción también han provocado alarmas y llamadas de atención sobre una sociedad donde se llega a la saturación informativa y, sobre todo, a la hegemonía de la televisión –frente a la prensa escrita o la radio– que se decanta crecientemente por el espectáculo, la diversión y los contenidos ociosos (Edgar Morin ya había diagnosticado tiempo atrás que “del valor de las grandes vacaciones se pasa a la vacación de los grandes valores”). En esta línea se sitúan ensayos más especializados desde las ciencias de la comunicación como los de Noelle-Neumann (*La espiral del silencio*), Armand y Michèle Mattelart (*La internacional publicitaria; La comunicación-mundo*) o Ignacio Ramonet (*La golosina visual; La tiranía de la comunicación; Internet, el mundo que viene*), a los que se suman obras más específicas de sociólogos, como Gilles Lipovetsky (*La era del vacío*), Giovanni Sartori (*Homo videns*), Neil Postman (*Divertirse hasta morir; Tecnoópolis*) o Pierre Bourdieu (*Sobre la televisión*). Y, en nuestro país, trabajos como los de Gonzalo Abril, Raúl Rodríguez Ferrándiz o Gérard Imbert. Es preciso citar esta corriente de pensamiento para ubicar adecuadamente este libro de Rafael R. Tranche que, yendo más allá de análisis específicos sobre la imagen o sobre “la información en la era digital”, como señala el subtítulo, se erige en diagnóstico sobre la forma en que esa era digital de la sociedad de la abundancia comunicacional está configurando la inserción de los seres humanos en el mundo, la apreciación sobre la realidad y, sobre todo, el modo de reaccionar ante ella.

La visión crítica sobre el sistema mediático de los autores citados converge en tomar nota de que la evolución tecnológica que posibilitaría flujos de información más rica, plural y rápida, más accesible y democrática, capaz de contribuir a una sociedad con mayores niveles de vertebración, de participación ciudadana... conlleva efectos distorsionantes, de manera que la “opulencia informativa” no supone una mayor comunicación. Antes del despliegue de internet con el siglo XXI, para caracterizar este deficitario sistema se han empleado conceptos como “espectáculo” o “diversión” y las visiones más políticas han hablado de “tiranía” y “colonización de las conciencias”. En nuestro ensayo de 1998 *Crítica de la seducción mediática* nos decantábamos por subrayar el poder persuasor, por el autoritarismo camuflado, de los medios que se valen más de la fascinación o seducción. Son perspectivas complementarias, no incompatibles.

¿Qué evolución, qué aportaciones llegan en la era digital del nuevo siglo con la proliferación de canales y herramientas, con redes sociales que establecen comunicaciones horizontales? El profesor Tranche parte del “presentismo” y la reducción de la realidad a la actualidad, y la hibridación de información y entretenimiento (*infotainment*) ya conceptualizados en los autores de más arriba, para construir un acertado y perspicaz análisis desde las nuevas manipulaciones (mentiras emotivas, posverdad, *fake news*), las amalgamas de hechos y opiniones (y la saturación de la opinión), la conversión del debate político en espectáculo, la colonización de la información por los sucesos, el primado de la instantaneidad y la sobrevaloración del directo, el nuevo sensacionalismo, la desjerarquización de las noticias y el criterio populista de “lo más visto”, las imágenes como condición para la noticia... es decir, las máscaras que camuflan la realidad. En el pertinente panorama con estas cuestiones que traza la primera mitad del libro (capítulos 1 y 2) destaca como cuestión de fondo el diagnóstico de que se cuestionan los hechos “desdibujando o tergiversando sus ingredientes y otorgando al observador la facultad de ordenarlos según su criterio o intereses, y al lector la potestad de refutarlos. Con ello, no solo queda en entredicho esa verdad factual, sino que la propia realidad se vuelve intraducible” (p. 64).

La segunda mitad de *La máscara sobre la realidad* concreta y profundiza ese diagnóstico mediante análisis y aproximaciones fenomenológicas sobre el estatuto, las funciones, los usos, las apropiaciones... de las imágenes en la era digital. En dos brillantes capítulos se hace un recorrido, con estudios de casos concretos, por esas imágenes *desde* (y hay que subrayar esta preposición) conceptos / perspectivas que la comunicación de masas no ha venido considerando en primer plano, como son las emociones (conmociones, empatía, compasión...) y los valores y el compromiso moral alentados por ellas; o, por el contrario, como muy oportunamente se señala, desalentados: lo que sucede cuando las noticias se convierten en “objeto de consumo emocional”, ya que se interpela a la audiencia en un registro que “cuando más naturaliza la emoción como respuesta, más potencia la desafección política y la desmovilización ciudadana” (p. 208). Este, perdón por la palabra, “posicionamiento” del autor me parece muy pertinente como opción ciudadana en un sistema mediático regido por la confusión, donde prima el “todo vale” y el ruido eclipsa las voces relevantes.

Del capítulo 3 (“Verlo todo es no ver nada”) resulta muy sugestiva la reflexión sobre la fotografía cuando, en muchos casos, el móvil omnipresente desactiva el valor documental y la mirada a la realidad que ha tenido la foto (p. 119: “La imagen ya no sirve para detener el instante, sino para *hacer saber* que estamos en ese momento

(la sensación de presente es fundamental) y en ese lugar”) y cuando el disparo no responde a una mirada, sino a una pulsión escópica o incluso al gesto mecánico de la mano. Aún tienen mayor interés las páginas sobre el *selfie* que configuran una breve pero inteligente y completa fenomenología de la autofoto, con sus valores antropológicos y las paradojas: es un espejo digital que requiere la aprobación de los otros, “la imagen de uno mismo eclipsa la realidad” (p. 130), el efecto de despolitización, etc. En el capítulo 4 se indaga en cómo llegan, nos interpelan, decodifican, se reescriben, se utilizan... las imágenes del dolor en las llamadas catástrofes humanitarias y escenarios bélicos o de violencia nihilista. Las grabaciones de la muerte de la joven Neda Agha-Soltan en Teherán (junio de 2009) y las fotos del naufragio del niño Aylan Kurdi en una playa de la isla de Kos (septiembre de 2015) permiten al profesor Rafael R. Tranche llevar su pensamiento desde lo material e inmediato del texto comunicacional a las implicaciones morales, sociales y políticas, denunciando cómo esas imágenes de dolor tan difundidas “no producen una compasión transformadora, sino en el mejor de los casos reparadora, una acomodación digital de la ‘caridad laica’ para acallar una mala conciencia” (p. 212).

Como en todo ensayo que se precie, se enuncian más preguntas que respuestas, se abren caminos de pensamiento, se formulan nuevas cuestiones y el discurrir del texto (discurso) invita al discurrir de la mente del lector, que sintoniza en cada línea gracias al lenguaje directo, nada académico, de este libro llamado a marcar un hito en la construcción de un pensamiento liberador y alentador de la conciencia ciudadana sobre el sistema mediático, con su creciente complejidad en la era digital.

José Luis Sánchez Noriega  
Universidad Complutense de Madrid  
noriega@ucm.es