



**NÚRIA ALMIRÓN Y
JOSEP MANUEL JARQUE**

**El mito digital. Discursos
hegemónicos sobre Internet y
periodismo**

Anthropos, Rubí, 2008, 176 pp.

C Por qué la mayor parte de los discursos políticos, económicos y académicos sobre la sociedad de la información son claramente acrílicos y ensalzan todas las novedades que ésta introduce sin fisuras? ¿Desde qué estructuras se han ido generando esos discursos? ¿Cuál ha sido su desarrollo histórico y terminológico? ¿Y dónde surge su fundamentación teórico-filosófica? ¿Por qué hablar de mito con respecto a lo digital? ¿Cómo ha reaccionado el periodismo y la comunicación social ante estas formas? ¿Y cuáles son los planteamientos académico-universitarios sobre esa nueva etapa del periodismo que algunos han llamado ciberperiodismo y otros periodismo digital?

Éstas son algunas de las muchas preguntas a las que responde este libro de los profesores de la Universitat Autònoma de Barcelona, Núria Almirón y Josep Manuel Jarque, que se propone, a partir de una justificación del carácter mitagógico que rodea a todo lo relativo a la sociedad de la información, desmenuzar el discurso de sus protagonistas, las instituciones, y los medios de comunicación, y alertar de la escasa reflexión que ha acompañado toda su evolución histórica. Podremos estar de acuerdo o no con sus planteamientos, pero lo cierto es que la lectura de este libro no nos dejará indiferentes.

Los profesores Almirón y Jarque repasan los orígenes filosóficos e históricos del término “mito” y concluyen que el discurso del que se ha rodeado toda la narración referida a lo digital y a la sociedad de la información recoge las características necesarias para que se le pueda denominar como tal. Entre otras, está su condición ahistórica, es decir, el discurso parece olvidar que existió una historia pasada y que este tiempo de lo digital ha llegado fruto de un cambio progresivo que no ha implicado una ruptura con lo anterior, sino una continuidad. Por otra parte, la función de este discurso sería también a su juicio mítica, ya que, desde una perspectiva ideológica se ha entendido el desarrollo de las tecnologías de la información y la comunicación como algo esencialmente positivo, que traerá “más igualdad, más democratización, más seguridad, mejor educación” (19), cuando realmente –y estamos de acuerdo con sus autores- las tecnologías *per se* no son ni buenas ni malas, ni angelicales ni demoníacas. Su uso es lo que las transforma y las carga de adjetivos.

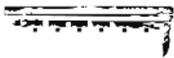
Pero el tratarlas como mitos es lo que las diviniza, y con ellas el discurso que las rodea y que tiene un carácter forzosamente conservador y acrílico, como denuncian.

El mito digital recuerda en ocasiones el planteamiento polemista de *Apocalípticos e integrados* (1965) de Umberto Eco, pero ahora el análisis de la cultura de masas ha dado paso al análisis de lo digital. Ahora, los integrados serían mayoría amplia y consolidada en el discurso de los Almirón y Jarque, mientras los apocalípticos apenas han sabido plantear sus ideas y carecen de discurso visible. Claro que lo que se plantea en la obra no es el ser apocalíptico, sino saber analizar la realidad de esta era de la información, desde presupuestos interdisciplinares que vayan más allá del discurso tecnológico y económico que desde los orígenes lo ha plagado todo. Un caso sencillo lo ilustran los autores en el libro, y es el que concierne a la *Comisión de Internet* creada en el Senado español en el año 1998 en la que para hablar de “las posibilidades y problemas que en el ámbito político, jurídico o social” plantearían el desarrollo de las redes informáticas, se escucharon voces que por su perfil profesional o procedencia empresarial, no dotaban de pluralidad a la comisión, y esa, critican, ha sido la dirección de los siguientes gobiernos españoles con escasos matices.

En este sentido, es interesante el repaso a las estructuras empresariales, vinculaciones profesionales, experiencias de trabajo y decisiones políticas que Almirón y Jarque revisan, y que iluminan la historia de *El mito digital* y dotan de sentido discursos y narraciones, al aclarar las estructuras que los sostienen.

En esta misma dirección, *El mito digital* tiene un valor añadido como documento histórico ya que recorre algunos de los hitos de la historia de la sociedad de la información: desde la creación de ARPANET hasta la del Media Lab del Massachusetts Institute of Technology -que durante tantos años dirigió uno de los gurús de lo digital, Nicholas Negroponte-, la creación de Windows, o la de los Laboratorios Bell, y revela algunas de las funciones que tuvieron en el desarrollo de lo digital y en la construcción del discurso mitagógico dominante.

En su repaso de este discurso, Almirón y Jarque se muestran especialmente interesados por el desarrollo y la influencia que ha tenido en el periodismo activo y en el ámbito universitario de sus titulaciones y son bastante críticos con lo que observan. Y es difícil no asentir con ellos respecto a algunas de sus observaciones, como la de que “la labor periodística básica mantiene los mismos retos éticos y profesionales hoy que ayer –incumplidos sistemáticamente en su mayor parte tanto hoy como ayer” (161) se utilicen las nuevas tecnologías



LIBROS



NÚRIA ALMIRÓN Y JOSEP MANUEL JARQUE
El mito digital. Discursos
hegemónicos sobre Internet y
periodismo

en mayor o menor medida, o el hecho de que en su mayor parte la investigación sobre periodismo e Internet o el “periodismo para Internet” –como prefieren denominarlo los autores del libro- en España y también en el mundo, es financiada por los sectores de las telecomunicaciones, electrónica, software y hardware, lo que, como es lógico, condiciona su discurso.

Para concluir, nos quedamos con la frase que cierra el libro y que invita al lector a la reflexión tras el repaso de discursos, estructuras y funciones con los que se que ha ido sembrando el camino: “Las postales del mañana, si no beben del maná de la memoria y de la observación rigurosa del presente, son poco más que fábulas al servicio de intereses concretos.” (161).

Paz Villar Hernández