

LOZANO BARTOLOZZI, Pedro, 2006: *El “tsunami” informativo. Panorama comunicativo del siglo XXI*, Pamplona, EUNSA, 252 páginas.

“En 1974 —dice Pedro Lozano Bartolozzi— publiqué un libro titulado *El Ecosistema informativo* en el que se planteaba la interacción, casi biológica, entre los medios de comunicación y su contexto social, en una mutua reciprocidad. Era la primera vez que se utilizaba el término ecosistema para aplicarlo al mundo de la comunicación”. Treinta y tres años más tarde, este profesor navarro vuelve a acertar al proponer una inédita traslación metafórica desde el mundo de los fenómenos meteorológicos al mundo de los medios de comunicación: el *tsunami informativo*.

De acuerdo con la tesis de este último libro, el hecho nuevo que caracteriza el horizonte histórico de esos primeros años del siglo XXI es la sustitución del ecosistema informativo mediático como espacio hegemónico del diálogo social por otro distinto: “la emergente Sociedad de la Información que está arrinconando el papel dominante de los medios y dando paso a un *hábitat* distinto que he propuesto denominar como *posperiodístico*”. La noción más sencilla que podemos tener de esta nueva sociedad es aquella en la que todos los actores y sujetos sociales se erigen en emisores y receptores de información. Lozano Bartolozzi identifica —o por lo menos asocia— su nueva propuesta terminológica —el *tsunami informativo*, es decir, el torrente comunicativo cargado de una espectacular avalancha de contenidos que nos invade— con la supersaturación propia de esta sociedad. Para él, si le he entendido bien, buena parte de la culpa de esta actual opulencia informativa la tienen los actores comunicativos no periodísticos, tales como “los Gabinetes de Prensa y Relaciones Públicas de las distintas administraciones estatales y locales, los partidos políticos, los sindicatos, los clubs deportivos, las iglesias, las empresas e industrias de todo tipo, las universidades, los centros culturales; en suma, todos los sujetos del tejido social.” Y a esta nueva etapa de la historia de la comunicación Lozano Bartolozzi la denomina *posperiodismo*, caracterizada por la presencia de un número prácticamente inconmensurable de actores comunicativos, conectados gracias a una estructura de red, que están en condiciones permanentes de remitirse unos a otros mensajes que propiamente no son periodísticos, pero que sí deben ser considerados mensajes informativos.

La idea sustentada por esta tesis me parece sumamente sugerente, pero también se me antoja un tanto ingenua y voluntarista en algunas de sus facetas. De modo especial si deseamos utilizarla en la aplicación de un posible criterio práctico diferencial para distinguir entre “medios periodísticos” (es decir, los que emiten *mensajes periodísticos*) y “actores informativos que no son medios periodísticos” (los que difunden *mensajes no periodísticos, pero sí informativos*) dentro del actual e inevitable *tsunami* de todos los días. Y este criterio diferenciador, a juicio del profesor navarro, es la “funcionalidad profesional”. Me temo que el nivel clarificador de esta piedra de toque para el contraste de calidad —la funcionalidad profesional— no sea suficientemente preciso en muchas ocasiones reales de la vida cotidiana, sometida al

impacto de todos los mensajes mediáticos que debemos soportar de continuo, de bueno o de mal grado.

Tengo todavía muy reciente una experiencia española relacionada con la “funcionalidad profesional” propugnada por Lozano Bartolozzi que nos puede servir de faro orientador para entender cuán alto puede ser nivel de indefinición de este criterio diferencial, tanto desde un enfoque práctico propio del oficio de los comunicadores públicos, como desde la perspectiva teórica desde la que pontifican los llamados comunicólogos. El caso a que me refiero es el siguiente.

Desde finales de enero del 2007, la Comisión de Quejas y Deontología de la FAPE (Federación de Asociaciones de la Prensa de España) está debatiendo un borrador que pretende puntualizar más claramente el principio ético que establece la “incompatibilidad entre el ejercicio de la profesión periodística y las actividades publicitarias” recogido en los arts. 18 y 19 del Código Deontológico de la FAPE, aprobado en 1993. El punto básico para la falta de acuerdo es la disparidad de opiniones entre los miembros de esta Comisión sobre un epígrafe acerca del ejercicio de la actividad publicitaria: “La Comisión entiende –dice el borrador– que dentro del concepto de ejercicio de la profesión publicitaria deben incluirse las siguientes actividades: 1) *agente* o *gestor* de publicidad; 2) actos continuados o aislados que sean específicos y propios de las actividades denominadas *relaciones públicas*, *gabinetes de comunicación* (*Dir-Com*), *asesoría de prensa y de imagen* y actuaciones similares propias de la *comunicación corporativa*”. La Comisión está integrada por periodistas profesionales de larga experiencia, juristas de altísimo relieve y catedráticos universitarios del campo del Derecho y de la Comunicación social (Periodismo y Publicidad). Y la discrepancia se produce en relación con el apartado 2), el que hace referencia a relaciones públicas, gabinetes de comunicación, etc. Creo que éste es un ejemplo muy evidente de que la utilización del criterio de “funcionalidad profesional” puede conducir a un debate bizantino y estéril no sólo entre los propios comunicadores públicos (es decir, los profesionales de amplio espectro informativo), sino también entre los comunicadores prácticos y los comunicólogos teóricos, como de hecho ha estado sucediendo en el seno de este organismo profesional de los periodistas españoles.

Dejando a un lado este posiblemente excesivo optimismo, el libro de Pedro Lozano Bartolozzi está lleno de enfoques novedosos sumamente atractivos. Como ya hemos visto, al autor le gusta encontrar fórmulas terminológicas nuevas para bautizar sus diagnósticos sobre el presente y sus intuiciones para el futuro: además del *tsunami*, otros hallazgos lingüísticos son sociedad archipelágica, selva mediática, diplomacia fáustica, razón comunicativa, posperiodismo, etc. Estos hallazgos no son simples *flatus vocis*, sino que responden a contenidos muy densos que dan peso y sentido a las palabras elegidas. Es más: no es la primera vez que el autor se ha servido de estas fórmulas innovadoras, según él mismo confiesa: parte de estos materiales habían sido ya utilizados en ponencias, artículos y trabajos dispersos y en estas ocasiones anteriores ya habían sido designados de acuerdo con los mismos nombres que utiliza

ahora en este libro. A Pedro Lozano el furor adánico de poner nombre a los animales y a las cosas le viene ya desde antiguo y hay que reconocer que lo hace muy bien.

En resumen: estamos ante un libro que llega hasta nosotros cargado de densas reflexiones, planteamientos críticos e ideas innovadoras. Por todo esto, *El tsunami informativo* es un libro altamente recomendable para todos los que nos dedicamos a pensar sobre conceptos como información, conocimiento, cultura, sabiduría, etc. Las preguntas de los coros de *La Roca* del poeta T.S. Eliot siguen en pie: “¿Dónde está la sabiduría que hemos convertido en conocimiento? ¿Dónde está el conocimiento que hemos convertido en información?” Este libro no da una respuesta a estos interrogantes, pero sí nos ayuda a entender la verdadera dimensión de esta gran pérdida que hoy vive la humanidad: que la profunda sabiduría sea sustituida por el superficial conocimiento nacido de un escueto proceso de interpretación periodística, elaborado a partir de una avalancha de datos llegados a nosotros torrencialmente, es decir arrastrados por el *tsunami* informativo de todos los días.

José Luis M. ALBERTOS

Universidad Complutense de Madrid