



 PORTADA

 INFORMACIÓN GENERAL

 CONSEJO EDITORIAL

 ENVÍO DE ORIGINALES

 NÚMEROS ANTERIORES

 INDEXACIÓN BASES DE DATOS

 CREATIVE COMMONS

 BÚSQUEDAS

 CONTACTO

Google DENTRO DE C&S

 OK


Reseña /

David T. Z. MINDICH

Tuned Out. Why Americans Under 40 Don't Follow the News

Oxford University Press, New York, 2005, 172 pp.

El subtítulo de este breve y atractivo estudio plantea una de esas preguntas recurrentes en el ámbito de la comunicación, y no sólo al otro lado del Atlántico, pues también empresarios, profesionales del periodismo y académicos de otros países y continentes se interrogan acerca del declinar de la lectura de la prensa o del escaso atractivo de la información para un público más interesado por otros medios y otros contenidos. Por eso, lo tratado por Mindich afecta al ámbito más inmediato en el que nos movemos.

Como explica el autor en el prefacio (p. ix) la tesis de "que la gente ha abandonado claramente las noticias tradicionales, no la encontré tras haberla buscado. En vez de eso, vino a mí" de una forma inesperada, como fruto de un examen acerca de Derecho de la Información y Ética. Sus brillantes alumnos parecían bien preparados para contestar a las preguntas sobre actualidad política que se les planteaba y el resultado resultó decepcionante al comprobar los escasos conocimientos que poseían y, especialmente, el desinterés traslucido. Al evocar su época de estudiante, Mindich recordaba una actitud distinta y surgió así la pregunta de por qué la gente joven no conecta con la abundante información sobre el mundo presente, que se ofrece a través de tantos canales como hoy están a disposición de un usuario cualquiera.

Cuando concluyó el curso académico empezó su viaje para desentrañar el problema o, al menos, obtener pistas con el fin de ofrecer respuestas válidas a la cuestión planteada. De hecho, lo que hizo fue desplazarse por la geografía estadounidense y tomar contacto directo con jóvenes y algunos expertos (en el apéndice A cita nominalmente a 19 personas y a otros grupos, sobre todo estudiantes de secundaria y universitarios), y así tuvo la oportunidad de aplicar un cuestionario, recogido íntegramente en los apéndices B y C, centrado en el interés por las noticias en general y específicamente por las de contenidos políticos.

La perspectiva adoptada es la del Periodismo Cívico (uno de los entrevistados es Jay Rosen) y el método empírico profusamente utilizado trata de imitar el Bowling Alone de Robert D. Putnam. De forma sumaria, plantea que los medios han dejado de dar al público aquello que le interesa realmente y, como consecuencia, se produce un rechazo, no sólo al periodismo, sino también a los contenidos políticos que son la base fundamental de su caudal informativo. Se produce, como consecuencia, un desapego respecto a la actividad política, que empieza a percibirse como algo ajeno y sólo atractivo para aquellos que se benefician de ella. Hay una descapitalización de la vida social y una menor implicación personal en las cuestiones públicas.

Es cierto que las generaciones de mayor edad conservan hábitos que hacen posible que no sea un fenómeno general de toda la sociedad. Con todo, el futuro, si se proyecta desde las percepciones presentes, es desalentador. Los jóvenes mayoritariamente usan los medios de comunicación porque encuentran en ellos entretenimiento. Como comenta uno de los universitarios encuestados "Prefiero dedicarme a los vídeo juegos antes que leer un periódico porque... te engancha más" (p. 47). Hay una predisposición a pasarlo bien y a divertirse que se impone por encima de otras consideraciones.

Los medios electrónicos, y sobre todo internet, se convierten en una atractiva alternativa para una amplia capa de la población que prefiere no complicarse la vida. Lo peor, como indica Mindich, ha sido que la respuesta ha consistido en seguir la corriente y exigir cada vez menos o utilizar unos recursos que no supongan esfuerzo para la audiencia. Dedicar unas páginas a un tema de relativa actualidad en nuestro país. Muestra cómo los presentadores de informativos desde 1982 decidieron dejar de llevar corbata para dar otro tono y han acabado como Victoria Sinclair en Nakednews.com, que va despojándose de prendas según presenta las sucesivas noticias para terminar sin ninguna de ellas encima (pp. 54-56). Es un ejemplo extremo de esa cuesta abajo en que algunos caen para conseguir resolver el problema planteado, y que esperemos que no sea una sugerencia para traer a España fórmulas periodísticas para subir los índices de audiencia.

El interés primordial del estudio de campo es conocer los hábitos de consumo de televisión y de internet. Junto a las abundantes estadísticas acerca de la utilización de estos medios, las entrevistas personales aportan perspectivas personales y actitudes por parte de los jóvenes, que son semejantes a los hallados en nuestro país. El recorrido es entretenido, sin dejar de ser profundo, al mismo tiempo que va suscitando la expectación por saber qué soluciones ha encontrado el investigador. Son 15 las páginas dedicadas a plantear cómo lograr que los jóvenes conecten (How to Tune Back In). No encontramos fáciles estrategias de inmediato efecto. Más que soluciones (como las denomina el autor) son sugerencias de difícil aplicación, pues van en la línea de cambiar los hábitos de consumo y conseguir que la audiencia sea más exigente y pida mayor calidad a los medios. En el trasfondo de las cuatro propuestas que cierran el libro hay una idea común de educar mejor a los jóvenes.

Puede comprenderse que resulte decepcionante un final, que uno podía suponer que iba a ser más feliz y brillante. Tal vez la cuestión clave es que resulta más fácil hacer un diagnóstico que encontrar soluciones efectivas. A la hora de hacer frente a la cultura dominante e intentar cambiarla nos gustaría que bastara con pulsar un botón del mando a distancia y contemplar un panorama completamente transformado. No es así como se hará realidad tal aspiración. Más bien se trata de una imponente labor educativa y de formación, a la que no se puede renunciar, en todo caso, si se quiere una sociedad civil fuerte. El libro de Mindich, en su sencillez y amenidad, es un buen ejemplo de cómo hay que actuar, pues, aunque al lector le deje algo insatisfecho, plantea un tema de enorme trascendencia y muestra cómo es posible hacer algo y no darlo por perdido.

José J. SÁNCHEZ ARANDA
jsaranda@unav.es

[arriba](#)

Communication & Society - Facultad de Comunicación - Universidad de Navarra | www.unav.es | [Contacto](#) | [Aviso legal](#) | [Mapa del sitio](#)