

MEDIOS DE COMUNICACIÓN. ¿UN PODER AL SERVICIO DE INTERESES PRIVADOS?

Ignacio Ramonet

Periodista. Director de *Le Monde Diplomatique en español*

Ponencia transcrita

Nosotros pensamos que los medios de comunicación son consustanciales de la democracia, una democracia contemporánea –luego hablaré del cuarto poder-, pero hoy día plantean un problema en la democracia porque no funcionan de manera que satisfagan a los ciudadanos y están funcionando ya sea al servicio de los intereses de los grupos que los poseen, ya sea porque las circunstancias generales de la estructura del periodismo hoy, es decir, la llegada de Internet por ejemplo, la aceleración general de la información, es decir porque hay transformaciones estructurales que se han producido y que hacen que cada vez los medios sean menos fiables o menos útiles a los ciudadanos. En todo caso, lo que constatamos en la mayoría de las democracias, en los países democráticos, es que hay un conflicto entre la sociedad y los medios de comunicación. No es nuevo este conflicto, no es de este año, es un conflicto que viene agravándose desde hace unos diez-quince años, y cada vez más hay una crítica profunda en la sociedad contra el sistema de funcionamiento de medios dominantes. Que, por otra parte además, están en crisis. Es decir que los medios, la prensa escrita, la radio, la televisión, la información –aquí sólo hablo de la información, no hablo de la distracción, etc.-, todos los segmentos de información en la radio, en la televisión, en la prensa escrita, los canales de información continua, etc., están viviendo una grave crisis con la llegada de Internet, con la multiplicación de la información individualizada, con la aparición de la información en línea, con la aparición de periódicos en línea, totalmente autónomos, como los que actualmente constituyen la referencia internacional –el *Huffington Post*, por ejemplo, en Estados Unidos- que son periódicos que sólo existen en la web. Y, por otra parte, tercer gran problema –primer problema es la credibilidad de la prensa, que no funciona y que plantea un problema a la democracia; el segundo es esta dificultad técnico-estructural que se plantea la prensa- y la tercera dificultad está en la organización de un modelo económico que funcione en la medida en que hoy ninguno de los modelos económicos presenta una garantía de rentabilidad, ni para la prensa tradicional, ni para los medios tradicionales, ni para los nuevos medios de la era digital, la inmensa mayoría de los nuevos medios de la era digital no son rentables, y la inmensa mayoría de los medios tradicionales (prensa, radio, televisión, información) lo son cada vez menos o, a veces, no lo son tampoco. Y de ahí que se plantee este problema de información.

Primero quisiera abordar esta cuestión sobre la credibilidad de la información. Globalmente la credibilidad, que es la principal cualidad de la información, o una de las principales cualidades que debe tener la información, que es el ser creíble sencillamente porque es fiable, es decir, por qué nosotros preferimos escuchar tal radio, por qué leemos tal periódico en vez de tal otro, porque en general pensamos que las informaciones que nos da ese medio son más fiables, son más cercanas a lo que pensamos que es la verdad que otros. Esto es una especie de contrato de confianza que establecemos con los medios y cada uno de nosotros se da cuenta de que ese contrato de confianza cada día tiene mayores dificultades para establecerse. Una de las características que indican las encuestas de opinión es que, por ejemplo, los lectores de prensa escrita de pago, tengo que añadir ahora, porque hay prensa

escrita gratuita, los lectores de prensa escrita de pago cada día o cada vez son menos, fieles a sus hábitos de lectura tradicionales. Y en general, contrariamente a lo que podría ocurrir hace 20 o 30 años cuando de hecho la adquisición de un periódico en quiosco en cierta medida era una manera de identificarse casi políticamente, es decir, era una manera de pregonar o de establecer públicamente la línea política o ideológica en la que se situaba, hoy día ese tipo de relación se ha roto, prácticamente ha dejado de existir. El lector hoy no consigue obtener una identificación política clara cuando adquiere este o aquel periódico, aquél al que ha sido fiel durante mucho tiempo. ¿Por qué? No tanto porque el lector haya cambiado, que también, el lector ha variado en sus certidumbres, ha modificado sus propias creencias, etc., duda más que tiene certidumbres en muchos aspectos, sino sobre todo porque el medio es mucho menos identificable política o ideológicamente. El medio, en su afán de seducir al mayor número de personas, ha dispersado su identidad política porque ya no tiene como objetivo un grupo identificado política o ideológicamente sino que su objetivo es seducir al conjunto de los ciudadanos y, por consiguiente, su propia línea se ha desdibujado o, sino, se sitúa en áreas muy amplias. Algo por ejemplo que se llama el centro-izquierda, el centro-izquierda puede ser absolutamente todo; o el centro-derecha, que globalmente en la mayoría de los países los periódicos se sitúan en esas áreas. Y la prueba es que en muchos países –yo vivo en Francia y lo estamos viendo en este momento- los responsables, los directores de los medios cambian sin que eso se note en realidad en la línea editorial del medio, ya sea la radio, ya sea la televisión, ya sea la prensa, únicamente como se puede cambiar un técnico en tal empresa que sigue haciendo lo mismo y el consumidor del producto producido por esa empresa no ve la diferencia que sea fulano o mengano el que dirija la empresa, porque hay un producto que hay que sacar con tal característica. Entonces, ésta es una cuestión importante en la medida en que indica bien que los medios viven con cierta ansiedad esta crisis y, por consiguiente, en medio de esta ansiedad liquidan su identidad, se desembarazan de su identidad. No todos lo hacen, obviamente, siempre ustedes encontrarán tal o cual excepción, estoy hablando de un movimiento en general, y, afortunadamente, sigue habiendo periódicos que han mantenido o mantienen una línea identificada muy claramente, pero para un segmento de público cada vez más reducido, y a veces es difícil que sean los grandes medios dominantes en los países.

Otra característica es que los medios se ven arrastrados por una aceleración de la información. Es decir, que la información, evidentemente, siempre ha tenido la preocupación de llegar al público lo más rápidamente posible. Hay una variable que es la rapidez, esta variable, la rapidez, es fundamental en la información, desde siempre. Y, bueno, este siempre no es tan antiguo, aunque los periódicos, que son el primer medio de comunicación de masas se inventan a mitad del siglo XVIII, en realidad sólo son medios de comunicación de masas a la segunda mitad, hacia 1860-1870, del siglo XIX, porque para que haya comunicación de masas se necesitan esencialmente dos cosas –para la prensa-, se necesita que las masas sepan leer, lo cual es imposible en los países mayoritariamente analfabetos por ejemplo, y por eso la prensa se desarrolla en las sociedades que están alfabetizadas y la primera de ellas es los Estados Unidos, la época de la Guerra de Secesión, y también en Inglaterra, y en Francia. Estoy hablando de los periódicos de masas. Para que haya periódicos de masas, por consiguiente, hace falta que las masas estén alfabetizadas. Segundo, para que haya periódicos de masas hace falta que el periódico –estoy hablando de la prensa escrita- evidentemente llegue masivamente al público, para que llegue masivamente al público es menester que se pueda imprimir en muy poco tiempo, en unas cuantas horas de la noche, centenares de miles de ejemplares o millones de ejemplares. De la prensa de masas de final del siglo XIX se imprimían millones de ejemplares, mucho más que hoy, era la única comunicación de masas, no había radio, no había televisión, no había Internet, obviamente. Y para eso, para imprimir en tan poco tiempo millones de periódicos, se necesitaban esencialmente unos aparatos, puestos a punto por la industria, esencialmente las rotativas que se inventan en Alemania y las linotipias, que permiten acelerar el proceso de imprenta, y esto sólo se pone a punto en la segunda

mitad del siglo XIX, y también un sistema de distribución relativamente rápido. Quiero decir que la rapidez no es algo nuevo, pero digamos que el transporte de la información se va a acelerar con la invención del telégrafo, y cada vez que ha habido un progreso en materia de comunicaciones, la invención del teléfono, la radio, va a permitir la transmisión de la información a gran velocidad. Pero hoy estamos en un momento en el que desde hace unos años esa rapidez ha alcanzado una especie de límite infranqueable, un poco como la velocidad de la luz, no se puede ir más rápido que la velocidad de la luz, es una frontera por el momento, no sabemos lo que es una velocidad más rápida que la de la luz. De igual manera estamos, desde el punto de vista de la comunicación, en un sistema en el que lo que domina no es una información que se transmite rápidamente, lo que supone un plazo. Por ejemplo un periódico es una información que tiene tradicionalmente, aún actualmente, ustedes han comprado el periódico esta mañana son las noticias de ayer, no son las noticias de hoy, y aunque lo hayan comprado a las diez de la mañana o a las ocho de la mañana no son las noticias de las siete de la mañana ni de las seis de la mañana, son las noticias de antes de que se haya llevado a imprenta y, como hace falta un proceso industrial, en ese sentido la prensa escrita es aún hija de la era industrial. La prensa escrita, con maquinarias, con papel, con camiones, con obreros, etc., es la era industrial en una época en la que estamos en la era digital, y la información está en la era digital. Por consiguiente, esa idea de plazo es algo que ha desaparecido en la información contemporánea, no hay plazo, la información es inmediata. La velocidad máxima, por consiguiente también frontera como la velocidad luz, es la inmediatez. Y, evidentemente, si el periodista es el analista de un período... podríamos decir ¿qué es un periodista? Es el que analiza, el analista de un período, como dice la palabra; el período ha desaparecido, por consiguiente ya no hay periodismo en el sentido de noticia inmediata sino que hay inmedialistas y el inmedialista no puede analizar porque para analizar se necesita un tiempo y, si ese tiempo ha desaparecido, no hay análisis. Entonces, el conjunto de la información se ve arrastrado por una aceleración general que hace que, aunque la velocidad intrínseca de cada medio no sea la misma, en realidad todos se van a organizar en función de la velocidad dominante, que es la inmediatez, y que globalmente es la de Internet, pero también puede ser la de la radio de información continua o la del canal de información continua de televisión. Es decir, el único medio que no puede transgredir y suprimir el período es la prensa escrita. Por eso la prensa escrita es la que más sufre, entre otras razones, obviamente. Entonces, esta rapidez hace que cada vez sea más difícil para los periodistas tener un tiempo de análisis suficiente.

Este mes o estas últimas semanas han sido bastante demostrativas desde este punto de vista porque ha habido la irrupción de lo que llamamos las revoluciones árabes y cuando estábamos empezando a tratar de entender por qué se han sublevado las sociedades árabes en Túnez o en Egipto o en Yemen o en Bahrein o en Marruecos, etc., de repente ha habido el terremoto en Japón y, después del terremoto, la catástrofe nuclear o por lo menos el riesgo nuclear, y cuando todo el mundo estaba tratando de entender qué significa el riesgo nuclear para nuestros países, de repente esta intervención en Libia, qué significa esta intervención. Y, como ven, estas informaciones se superponen de tal manera que cada vez es más difícil tener al mismo tiempo una visión relativamente compleja y completa del fenómeno, sino que lo que hacemos es cabalgar sobre la actualidad sin tener la posibilidad de domesticar, de tener una maestría, sobre esa realidad. Globalmente seguimos a los medios. Y, por consiguiente, esa inmediatez tiene como primera consecuencia este hecho de que las informaciones se suceden a toda velocidad y algunas se olvidan. Por ejemplo qué ocurrió con tal cosa, ya no se sabe porque hay una nueva. ¿Dónde está la central número 4, la número 3, que tenía que estallar? No lo sé porque ahora están bombardeando Trípoli o están bombardeando Bengasi. Y dentro de algunas semanas no sabremos lo que está ocurriendo... etc. Es decir, no hay continuidad.

Pero, además, esta aceleración lo que hace es crear mucha confusión, evidentemente, mucha confusión y mucho error. Es decir, en la medida en que, por ejemplo, hay esta idea de que, para los grandes medios dominantes, es indispensable abordar este tema como lo hacen las agencias de prensa. Y hoy día se considera, no es nuevo, pero se considera que es importante que haya un corresponsal o una corresponsal que esté en el lugar, como una especie de garantía casi supersticiosa, que si tenemos al periodista en el lugar, por definición sabrá más que nosotros. Es una cosa que parece obvia. Somos una redacción, vamos a enviar a alguien, ha ocurrido... ¡el terremoto en Japón! Inmediatamente mandamos a alguien allí y pensamos que nuestro amigo, tan inteligente, tan buena persona, que ha hecho tantas cosas importantes, pues va a llegar a Japón e inmediatamente nos va a dar la solución del problema, la información total. Y ¿qué es lo que constatamos? Constatamos que en realidad repite lo que dice todo el mundo. Es decir, que acaba de llegar a Japón, es el primero, debe haber en Japón algo así como 5.000 corresponsales, muy pocos hablan japonés, por consiguiente todos ven la NHK en inglés, que yo la veo en mi casa también. Y, evidentemente, tienen muy poca información porque el Gobierno japonés da muy poca información y los propios periódicos japoneses..., por ejemplo en Francia hay un periódico que se llama *Courier Internacional*, donde hay la traducción de los artículos de la prensa local. Por ejemplo ustedes leen los grandes artículos de la prensa japonesa, en su versión inglesa o en su versión en alguna lengua que podamos conocer más fácilmente que el japonés, verán que la prensa japonesa se pasa el día diciendo que el Gobierno y las autoridades no informan sobre lo que está pasando. Como no hay nadie en un círculo de 30 kilómetros, excepto los liquidadores, que están jugándose la vida allí, nadie tiene información. Entonces, la cuestión es -que es un viejo principio- ¿estar sirve para saber? ¿Estar es una garantía de que se sabe? ¿Estar es igual a saber? Ésta es la ecuación que hay que plantearse: ¿estar es saber? Cualquiera que tiene un poco de experiencia en la materia sabe que eso es falso. Yo, por ejemplo, puedo decir a mi redacción en París que estoy en Barcelona pero si en este momento está pasando algo en Barcelona no tengo ni idea. ¿Qué es estar? ¿Dónde estoy, por ejemplo? Estoy en esta sala, estoy en Barcelona, estoy en Cataluña, estoy en España, estoy en Europa, ¿verdad?, pero si ocurre algo en Europa no forzosamente, si me llaman de Brasil para decirme, oiga qué pasó en aquel lugar, aunque yo esté en Europa no lo sé. ¿Entienden? ¿Han visto ustedes cómo los corresponsales que estaban en la región donde hubo el terremoto, prudentemente se bajaron a Tokio? Y ahora la mayoría está en Osaka. Algunos están en Seúl y otros ya han regresado. Y siguen diciendo lo mismo, de todas maneras.

Es decir que, en realidad, esta idea de “estar es igual a saber” ya no funciona. Funcionaba. Kapuscinski, un gran periodista polaco y gran reportero, yo lo conocí muy bien, explicaba en algunas conferencias que, evidentemente, esta aceleración de la información ha perturbado la posibilidad de informar, porque él decía que cuando hubo la descolonización por ejemplo de África, a principios de los años 60, cuando los periodistas iban a algún lugar de África, primero viajaban para llegar, es decir en dos horas no estaban en el lugar o en cuatro horas o en cinco horas, sino que estaban en el lugar al cabo de una semana, era muy complicado llegar allí. Esa semana se la pasaban estudiando un poco, los que trabajaban vaya, la pereza –sé que hay periodistas en la sala- es una dimensión bastante arraigada, en la profesión, pero los que trabajaban podían informarse un poco de qué estaba ocurriendo en Ghana o de qué estaba ocurriendo en el Congo. Y, cuando llegaban, no había comunicaciones fáciles con las sedes, se pasaban varios días por allí investigando, aprendiendo, etc., comunicaban difícilmente. Los que se habían quedado en la sede de la redacción no tenían ni idea de lo que estaba pasando allí. Es decir que todo lo que transmitía el corresponsal era nuevo por definición y nadie lo corregía porque estaba él en el lugar y era el que apreciaba. Mientras que, decía Kapuscinski, eso lo vimos cuando pasó lo de Timisoara, en Rumania, en 1989. Ahora, cuando el corresponsal, por ejemplo, que está en Bengasi o en Trípoli envía su información a la redacción, en la redacción tienen todas las pantallas de todos los canales de televisión, están viendo por Internet,

etc., y saben lo que no sabe el corresponsal que está en el lugar. Y, por consiguiente, el redactor puede corregir lo que le manda el corresponsal. Eso ocurrió en Timisoara; fue cuando nos dimos cuenta de que algo ya no funcionaba. Cuando se descubrieron una serie de cuerpos en un cementerio que se pensaba que habían sido asesinados por el régimen de Ceaucescu, que había llevado a cabo una represión muy violenta en la ciudad de Timisoara. Luego, la represión había existido y habían existido víctimas en Timisoara. Pero cuando se descubrió ese cementerio, esos cuerpos en una fosa común y se expusieron –era en diciembre, en el frío de la noche, cuerpos desnudos además, etc.- se dijo “ahí está la prueba del crimen de Ceaucescu”. Y Ceaucescu había cometido crímenes, eso no era dudoso. ¿El problema cuál fue? Fue que todas las televisiones empezaron a mostrar eso y se difundieron las imágenes, y el corresponsal de un gran periódico francés avisó a su redacción diciendo “ojo, eso no está claro, esos cadáveres no son de las personas que fueron víctimas de la represión, son cadáveres que hay que investigar a quién pertenecen”. Y claro, en la redacción, el redactor jefe se tomó la libertad de enviar la nota que había enviado el corresponsal, de reescribirla y ponerla en primera plana “la prueba del crimen de los Ceaucescu”. Luego se demostró, como saben ustedes, que esos cuerpos no tenían nada que ver con la política sino que habían sido personas que habían sido víctimas de accidentes, una de ellas tenía los pies atados con un alambre porque se había encontrado en una alcantarilla y los bomberos habían tenido que atarle los pies para sacarlo; eran los cuerpos de personas que habían muerto en accidentes y que estaban irreconocibles y que no se sabía quiénes eran, pero no tenían nada que ver con la represión, los cuerpos de la represión habían sido llevados a otro lugar y habían sido, en general, tirados al río. Lo que quiero decir es que hoy un corresponsal se encuentra bajo la vigilancia de su propia redacción que, en principio, tiene más material de información que el propio corresponsal. De ahí que aún se mantenga el principio del corresponsal porque hay esta idea, repito, supersticiosa o que es un poco del orden de la magia para que la ciudadanía se diga “sí saben porque están”, pero que en realidad lo que saben es muy poco con respecto al esfuerzo que ha representado de encontrarse en el lugar.

En todo caso, todo esto que digo, la aceleración, esta translación, etc., todo esto hace que los errores se hayan multiplicado últimamente y ha habido una acumulación de falsas informaciones o de informaciones aproximativas o de informaciones manipuladas y esto hace que haya una desconfianza del público con respecto a cierto tipo de información. Y se ha creado lo que yo llamo una “inseguridad informacional”. Es decir esta idea de que cuando recibimos una información no estamos seguros si esa información no va a ser desmentida dentro de algunos días; en la medida en que mucha información es una información que tiene muy poca fiabilidad, esto se ha complicado. Y, de hecho, aunque para la mayoría de los ciudadanos una información es verdadera cuando todos los medios dicen que lo es, si efectivamente la radio, la prensa, la televisión, Internet, dicen una afirmación, dan una información concreta, pues evidentemente vamos a aceptarla porque, precisamente, intuitivamente esta repetición servirá como prueba de que es una verdad. Pero la repetición no es una demostración, la repetición es una repetición, y tenemos muchos casos en los que una información ha sido repetida una y otra vez y que en realidad es falsa. Por consiguiente, la repetición no hace la información pero en realidad esta idea, que es una de las ideas básicas de la propaganda, repetir consigue convencer. Y hoy la información, no de manera voluntaria, pero inconscientemente, trabaja bastante sobre ese registro.

Hay otro fenómeno que se ha desarrollado últimamente y es una especie de confusión entre la información y la comunicación. ¿Qué es la comunicación? La comunicación es un discurso que tiene como objetivo el halagar a la institución que lo emite. ¿De acuerdo? Es decir, cuando alguien es director de comunicación de, por ejemplo, una institución, ya puede ser política o cultural o empresarial, el director de comunicación de Coca-Cola pues hace comunicación, es decir, que todo el discurso que va a emitir

la dirección de la comunicación de Coca-Cola será siempre –pongo un ejemplo caricatural obviamente- para decir que Coca-Cola –o cualquier marca- está muy bien, es algo muy bueno, excelente, etc., únicamente con elogios. Mientras que la información no tiene como objetivo el halagar a la institución que la emite sino al contrario, tiene como objetivo el funcionar como un contrapeso al discurso institucional dominante. Primero, la información es una información, es decir, algo ocurrido, ese acontecimiento se presenta. Pero en general el objetivo de esa información es el de funcionar, precisamente, como una especie de contrapeso al discurso dominante. En cambio hoy, cada vez más hay una confusión entre comunicación e información. ¿Por qué? Porque, efectivamente, muchas de las informaciones que leemos, o que escuchamos en la radio, o que nos difunden, en realidad han sido emitidas por las instituciones. Y nos hemos acostumbrado por ejemplo a esto de “el portavoz de tal institución” –de un partido político, de una alcaldía...-, “el portavoz dice esta cuestión”, y esto se da como una información cuando en realidad es pura comunicación, y habría que tratar de encontrar un contrapeso.

Otra de las dificultades que tienen los ciudadanos con respecto a la credibilidad de los medios es que los medios son cada vez menos independientes, hay cada vez menos medios independientes. ¿Independientes de qué? Por definición, independientes del poder político pero sobre todo del poder económico, porque los medios en estos últimos años, a medida que han entrado en crisis, han tenido dificultades, en términos de beneficios, de rentabilidad, han ido vendiéndose, han ido integrándose en grupos cada vez más importantes que han procedido a fusiones, y se han constituido así, han aparecido grupos mediáticos gigantes, algunos de alcance planetario como la News Corporation, por ejemplo, que es el primer grupo mediático del mundo, que pertenece a Rupert Murdoch y que posee toda clase de medios de prensa escrita, diaria o semanal, radio, televisión, edición, Internet, hasta tiene un periódico ahora, ha sacado un diario digital en la tableta iPad... Es decir, estos grupos gigantes... Pero a veces hay también grupos a escala nacional. En un país como Francia, un país evidentemente libre, con una prensa importante, etc., el conjunto de la prensa por ejemplo de provincias pertenece a cinco grupos, en realidad hay cinco propietarios de todos los periódicos que aparecen en las provincias francesas. Y si hablamos de la prensa nacional –se dice en Francia a la prensa de París-, todos los periódicos de París pertenecen a tres grupos. Es decir que, en realidad, no hay una gran variedad, no estamos ante una gran oferta de información, los ciudadanos se encuentran ante una oferta muy limitada. En realidad hay como monopolios de información y, por consiguiente, no hay esa variedad que ilusoriamente da un quiosco. Cuando vamos a un quiosco vemos infinidad de publicaciones pero, en realidad, la mayoría de esas publicaciones pertenecen a tres o cuatro grupos mediáticos que, evidentemente, tienen sus intereses. Se ha producido una concentración excesiva y esa concentración en la prensa escrita en todo caso, cada vez más pertenece a individualidades, a lo que podríamos llamar oligarcas, es decir a personas que tienen una gran fortuna y hoy pueden, porque los precios de los periódicos de papel se han hundido en razón de la crisis, comprar y disponer de periódicos, no para ganar dinero, nadie gana dinero, o muy poco, con la prensa escrita hoy día, es más bien una actividad económica donde se pierde dinero. ¿Entonces para qué lo compran? Para ganar en influencia, obviamente, se gana en influencia, y para tener un proyecto ideológico, un proyecto político, un proyecto influenciado. Fíjense, uno de los semanarios más importantes del mundo, *Newsweek* - que son con *Time* los dos semanarios de mayor difusión del mundo- *Newsweek* se vendió el año pasado por 1 dólar. Lo podíamos haber comprado nosotros. Es decir, por 1 dólar, menos de 1 euro. Es decir, hoy día se pueden comprar cabeceras, títulos muy prestigiosos de la prensa internacional por poco dinero. Claro, hay otras obligaciones, quien ha comprado *Newsweek* se ha comprometido a pagar las deudas que eran de varios miles de millones de dólares. Pero, en todo caso, la prensa se puede vender.

Estos grupos o estos oligarcas que poseen la prensa, por una parte plantean a los ciudadanos un problema, es decir, por ejemplo ¿defienden los intereses de los ciudadanos o defienden los intereses de los grupos propietarios? Es una cuestión, una pregunta legítima. En la medida en que muchos estudios demuestran, y eso se estudió por ejemplo cuando *The New York Times*, uno de los periódicos más prestigiosos del mundo, entró en bolsa, el ex director del *New York Times* contó en declaraciones públicas que a partir del momento en que había entrado en bolsa las informaciones que el *New York Times* publicaba sobre la vida económica y la vida bursátil tenían que pasar por una especie de censura porque no se podía publicar ninguna información que pudiese dañar a la acción del *New York Times* en la bolsa. ¿Entienden? Porque estaba cotizado en bolsa. En España ahora *El País*, que pertenece a un grupo americano, que lo ha comprado, también está cotizado en bolsa, en la bolsa de Madrid y en la bolsa de Nueva York, y es un periódico que tiene una gran influencia en España. Entonces, la cuestión que se plantea, ¿es un elemento por ejemplo de preocupación de que esa cotización en bolsa no varíe, es una preocupación de la redacción? No tengo la respuesta, pero digamos que ahora la pregunta es legítima. Y, por consiguiente, muchos periódicos, la mayoría de los grandes medios ahora pertenece a grupos, estos grupos tienen una actividad económica importante, y por consiguiente hay ahora esta preocupación. Esta preocupación que va más allá del simple hecho de si la acción varía o no, en la medida en que hablamos en un contexto económico en el que la teoría dominante es el neoliberalismo, por consiguiente la cuestión es la siguiente: los periódicos, por ejemplo, ¿qué comportamiento tienen? O los medios, o los grupos mediáticos ¿qué comportamiento tienen en el marco del neoliberalismo? ¿Podemos identificar este comportamiento? ¿Qué es el neoliberalismo? Pues es esta idea de que el mercado tiene mayor importancia que el Estado y que el mercado debe tener un espacio cada vez mayor, a expensas del Estado. Y que en este mercado ¿quiénes son los actores del mercado? Son las empresas o los grupos financieros. Entonces, los grupos mediáticos son actores del mercado, los grandes grupos mediáticos son grandes grupos, son grandes actores del mercado y, en particular, en la medida en que los grandes grupos mediáticos son, en nuestras sociedades, quienes difunden ideología, son prácticamente los únicos, cuya misión es difundir ideología, bajo la apariencia de difundir información, pero difunden digamos, por decirlo de otra manera -ideología es una palabra quizá politizada-, pero difunden una visión del mundo, una maqueta del mundo, cuál es el mundo ideal. Globalmente eso es lo que dicen los medios.

Entonces, los medios por ejemplo, los medios dominantes que pertenecen a grupos importantes en el sector del mercado ¿creen ustedes que serán muy críticos con la globalización, con el neoliberalismo, cuando son actores centrales de esas dos dinámicas? Evidentemente hay poca posibilidad de que lo sean. Por consiguiente, en realidad hoy día los grupos mediáticos se están comportando como la herramienta ideológica de la globalización. Es el brazo ideológico, para decirlo de otra manera, utilizando el concepto althusseriano, es la herramienta ideológica de la globalización. Es decir, globalmente, ¿qué dicen los medios sobre este asunto? Nos dicen que eso es muy bueno para nosotros. Usted ha perdido su trabajo, usted ya no dispone de servicios públicos, a usted le han cortado su pensión, a usted le complican ahora la vida con su jubilación y tiene que trabajar más... pero, ¡eso es muy bueno! ¡Eso es excelente! Todos los medios nos dicen eso constantemente. Por ejemplo en otras épocas, ese discurso -las cosas no se parecen siempre- pero quién daba la visión del mundo, quién tenía la responsabilidad y la misión de inculcar una visión del mundo a la sociedad, era la Iglesia, la Iglesia difundía una concepción del mundo, del mundo y del más allá. Por ejemplo en el momento de la conquista de América, los conquistadores iban acompañados de evangelizadores y los conquistadores destruyeron sociedades, sociedades que tenían su idiosincrasia, su religión, su cultura, sus lenguas, toda una cosmogonía. Entonces el conquistador, brutal, destruía todos estos elementos de la sociedad y el evangelizador decía "pero qué suerte maravillosa". Han destruido su familia, han destruido su pueblo, han destruido sus creencias, han destruido su lengua,

han destruido su cultura, pero ¡ahora están ustedes en la verdadera religión! ¡Alégrese! Globalmente la prensa hoy, los medios, tienen esta misión, es decir, ser la herramienta ideológica de la globalización.

De ahí que en realidad cuando decimos que las sociedades hoy, técnicamente enfrentan una dinámica mundializadora o neoliberal, en realidad lo que enfrentan o lo que parecen enfrentar es una doble dinámica, es un poder gemelo, no hay un solo poder, no es el poder financiero, es el poder económico-financiero y mediático. Si no van juntos no funcionan porque no basta con vencer, hay que convencer. Y entonces, la victoria neoliberal no sería completa si el vencido no estuviese convencido, no estuviese feliz de haber sido vencido. De tal manera que hasta ni siquiera debe darse cuenta de que ha sido vencido, debe pensar que en realidad está participando en la victoria de su adversario y que él no es una víctima. De ahí que los medios que tienen en general la misión de domesticar a las sociedades, la función de la información en general es de domesticar a las sociedades, llevarlas por el buen camino para decirlo de otra manera, pero en realidad hoy tienen además esta otra misión y esto es algo que muchos ciudadanos cada vez aceptan menos, en la medida en que precisamente este poder mediático se ha disimulado en algo que se presenta como algo muy positivo.

Me explico, decía yo al principio que iba a decir dos palabras del cuarto poder. Obviamente, una democracia moderna no puede funcionar sin medios de comunicación, de información, importantes. Es lo que llamamos el cuarto poder. ¿Por qué le llamamos el cuarto poder? Porque en la definición tradicional de la democracia sólo hay tres poderes, una democracia funciona con tres poderes. Esto lo definió en el siglo XVIII como ustedes saben Montesquieu en un libro que se llama *El espíritu de las leyes*, y decía que una sociedad, para salir del absolutismo real, debía constituirse y funcionar en base a tres poderes, cada uno con una función precisa: uno es el poder legislativo, que hace las leyes, la Asamblea, los representantes del pueblo, etc.; luego hay un poder ejecutivo, que es el que realiza y lleva a cabo en la práctica, las leyes que se han votado, ése es el poder político; y en paralelo a eso hay un poder judicial que tiene que ser independiente del poder político, la justicia se hace en nombre de la ley, no en nombre del Rey o del presidente o de quien sea. Entonces, esos tres poderes son suficientes para hacer funcionar la democracia pero con el tiempo nos dimos cuenta de que esos tres poderes, aún siendo democráticos, podían cometer muchos abusos. El poder legislativo, por ejemplo, podía establecer leyes criticables, o leyes criminales. La primera democracia moderna, como saben ustedes, son los Estados Unidos, la constitución de 1776, y la segunda democracia moderna es la Revolución Francesa de 1789; esos dos gobiernos, democráticos, por consiguiente modernos y democráticos, tenían leyes que hacían legal la esclavitud. La Revolución Francesa suprime la esclavitud un tiempo y luego la restablece de nuevo, y luego la vuelve a suprimir, pero en Estados Unidos todos lo que llamamos los Padres de la Revolución, todos, eran propietarios de esclavos. No había contradicción, se puede ser un demócrata y tener a seres humanos, comprarlos y venderlos como objetos. Quiero decir que se puede ser una democracia, y además revolucionaria en el sentido de que corta con lo que se estaba haciendo y, sin embargo, tener una práctica inaceptable. La justicia puede condenar inocentes, hay miles de casos, pero casos políticos, en Francia hubo el caso de Dreyfuss, un oficial que fue condenado por traidor, en realidad lo condenaron porque era judío, etc.

Cuando en la mitad del siglo XIX aparece la prensa de masas, surge un nuevo actor que no existía antes, que es lo que llamamos hoy la opinión pública. La prensa hace opinión pública, construye, crea opinión pública. Como dice Bordieu "la opinión pública no existe, es el reflejo de los medios", si no hubiera medios de comunicación de masas no habría opinión pública, habría presupuestos, habría creencias, pero no habría lo que llamamos opinión pública. Esta opinión pública va a presionar a los poderes legítimos, perfectamente legítimos, pero en todo caso va a trasladar a estos poderes

políticos legítimos su descontento, o su desaprobación con tal o tal medida y, por consiguiente, va a aparecer como un corrector indispensable para el buen funcionamiento de la democracia. Hoy día por eso se dice que sin libertad de expresión, evidentemente, y sin libertad de impresión, no hay, no puede haber, democracia, porque entonces quién construye la opinión pública ¿sólo los dirigentes políticos?, ¿sólo el discurso de propaganda? Evidentemente no es aceptable. Por eso hablamos del cuarto poder, el cuarto poder es como un contrapoder, un contrapeso a los poderes legítimos en democracia.

Pero ¿qué ocurre hoy día después de lo que acabo de decir hace un momento? Es decir, cuando vemos que los poderes mediáticos están confiscados por el poder económico y financiero, cuando vemos que este cuarto poder ya no es un contrapoder sino que es un poder suplementario para oprimir o para mantener a la sociedad en esta situación. ¿Entienden lo que digo? Entonces, hoy, por eso en las sociedades... he empezado diciendo que los medios son hoy un problema para la democracia. Evidentemente en un momento fueron una solución, cuando la democracia funcionaba sólo con tres poderes, la aparición del cuarto poder permitió crear una mejor democracia, indiscutiblemente. Pero hoy tenemos el problema de que este cuarto poder no está cumpliendo su misión de contrapoder y, además, es el único poder, en el seno de la democracia, que no admite ningún tipo de crítica, que no admite ningún tipo de contrapoder. Los poderes establecidos en una democracia, por ejemplo el partido dominante en una sociedad, o la coalición dominante, tienen que soportar a la oposición, lo que es un contrapoder. Una democracia no se puede construir con la tiranía de la mayoría sobre la minoría, una democracia sólo funciona si las minorías tienen derechos y no pueden ser avasalladas por las mayorías. No sólo es tener mayoría, una democracia no es la dictadura de la mayoría, o no puede ser la dictadura de la mayoría, por consiguiente hay que aceptar a la minoría. El poder económico tiene que soportar al poder sindical, que lo contradice, lo critica. Pero el poder mediático, ¿quién critica al poder mediático? El poder mediático es el único en nuestras sociedades que no tiene contrapoder. Luego, no es democrático. No estamos cuestionando la libertad de expresión, estamos diciendo que los medios de comunicación, en nombre de la libertad de expresión, no aceptan ningún tipo de crítica. Pero la cuestión es ¿no lo aceptan en nombre de la libertad de expresión o no lo aceptan en nombre de la libertad de empresa? Ése es el problema, porque ¿qué es lo que defienden? En general la libertad de empresa, es decir, son empresas mediáticas que evidentemente no aceptan... y, si usted critica la institución mediática, se ve inmediatamente excluido del juego democrático.

Como ven, los medios hoy plantean muchos problemas a la sociedad, sobre todo porque los ciudadanos se van dando cuenta de que los medios no funcionan como ellos quisieran, no siempre les son tan útiles como quisieran. Obviamente nadie puede reclamar la desaparición de los medios, sino cómo desarrollarse. Por eso, Internet ha tenido esta influencia tan importante. Por eso, efectivamente, el ecosistema mediático hoy día está estallando, porque ¿qué es lo que permite Internet? Primero permite volver de nuevo a soñar –estoy diciendo que es una realidad- con una democratización de la información, porque pensamos que la información también se debe democratizar, e Internet, en cierta medida, lo permite. ¿Por qué? Porque es relativamente fácil tecnológicamente, relativamente barato económicamente, poder tener su medio de expresión cada uno, cada institución o cada asociación o cada individuo puede tener hoy su medio de información, puede crear su blog, puede colgar una información, puede comentar una información, puede criticar una información que ve sobre todo en Internet, colgada en la web. Es decir, por consiguiente, hay ahora la posibilidad de competir y, de hecho, ésta es la gran crisis mediática actual, es el hecho de que hoy ha surgido un personaje nuevo que entra en competencia con los medios y este personaje nuevo es el ciudadano, un ciudadano informador, llamémoslo así, “el ciudadano informador”, pero que tiene una doble característica, por una parte es un aficionado, no es un profesional de la información, no es una escuela de información,

etc., es un aficionado, pero vivimos en una sociedad en la que Internet está permitiendo el auge masivo de un nuevo tipo de aficionado experto. Y, por otra parte, este aficionado puede ser efectivamente muy profesional en su área, es decir, en una sociedad como la nuestra -que no es una característica universal, nadie debe olvidar que los dos tercios de la humanidad nunca han utilizado Internet, Internet sólo concierne a un tercio de la humanidad, es masivo, es importante, pero es un tercio de la humanidad solamente-, entonces, en nuestras sociedades desarrolladas y educadas el número de personas diplomadas que tienen un saber amplio y profundo sobre un sector del abanico del conocimiento es muy importante. En la sociedad hay mucha gente que sabe mucho de algo y, a veces, efectivamente se sabe muchísimo más que la mayoría de los periodistas sobre ese algo. ¿Por qué? Porque es su especialidad, es doctor en ese aspecto, profesor de universidad, ha hecho su tesis, no es periodista pero sabe escribir, sabe pensar, conoce el tema, etc., y hoy tiene la posibilidad, gracias a Internet, de crear una información que llega al mundo entero. Miren sobre la cuestión nuclear. ¿Quién sabe algo de lo nuclear? Muy poca gente, en todo caso muy pocos periodistas. Y hemos visto cómo los expertos han estado en primera línea, críticos o no críticos, etc., y por consiguiente se ha desarrollado lo que llamamos la blogosfera, donde sobre cualquier sector hay bloggers que saben mucho más que los periodistas, que la mayoría de los periodistas, porque también hay periodistas muy especializados y conocen muy bien el tema.

Entonces, hoy se ha establecido -y sobre todo porque los motores de búsqueda permiten localizar la información- una especie de competencia entre estos aficionados expertos y los periodistas profesionales, por eso los sitios web de información que más se desarrollan hoy son los que mezclan los tres elementos. ¿Cuáles son esos tres elementos? Por una parte la información original dada por los periodistas o por la redacción del sitio web. Pequeña parte. Por otra parte, información elaborada, pero elaborada para otros medios que han sido seleccionados y que son presentados en el sitio como una selección de los mejores artículos que se pueden leer en la web. Y tercero, unos blogs de decenas o centenares de personas, personalidades, expertos, etc., que sobre muchos temas muy particulares dan su opinión experta. Cuando vemos esas tres posibilidades, eso es lo que es el *Huffington Post*, por ejemplo, el periódico que hoy es considerado como el periódico web, considerado como el modelo, que acaba de ser comprado por el grupo AOL. Es decir, estamos viendo que en realidad hay una subida masiva de la ciudadanía que accede a no sólo la función de consumidor de información sino de productor de información, en general de producción de opinión, que es lo más barato y más fácil, pero también de información, de información experta.

Esto, evidentemente, complica más aún la situación del periodismo. Con esto quiero terminar, con la crisis de identidad del periodismo. Si todo el mundo es periodista, ¿qué es un periodista? Y, si todo el mundo hace periodismo, ¿qué es el periodismo? ¿cuál es la especificidad del periodismo o del periodista hoy?, cuando vemos que todos los medios les están reclamando a sus consumidores (lectores o radio escuchas o televidentes, etc.), les están reclamando que les envíen información. “¿Está usted ahí?”, dicen varios periódicos, “mándenos su foto, mándenos sus impresiones”, etc. Hay algunos canales de televisión de información continua que ahora hacen programas de media hora con los vídeos que envían los telespectadores, los vídeos de los telespectadores que están en lugares donde ocurre algo, que están, por ejemplo en Egipto, en la Plaza Tahrir, o que están en Japón en tal o cual lugar, etc. Bien, con eso se puede hacer información, exactamente igual que un corresponsal. En los primeros días que hubo el terremoto de Japón, el segundo canal francés, France 2, cubrió la información exclusivamente con franceses que se hallaban en Japón, no en el lugar del terremoto, en Japón, y que comunicaban con la cámara de su ordenador, en comunicación web, y que decían “aquí la radio dice que...” o “la televisión dice que...”, en fin, cosas semejantes a las que dicen los corresponsales. Entonces, hay un problema de identidad. La especificidad del periodista qué es, es garantizar la

veracidad de la información, la especificidad del periodista es haber verificado la información que va a difundir, es saber por ejemplo que no proviene de una sola fuente, una sola fuente puede inducir a error, el periodista tiene la misión de tener varias fuentes que dicen lo mismo y por consiguiente puede garantizarla. Pero hemos hablado de la rapidez hoy día, la competencia entre los diversos medios de comunicación, ¡no puede perder el tiempo para verificar! Si no el canal de al lado ya difundió la noticia y él ha perdido la primicia, la exclusividad. Por consiguiente, el periodista por una parte atrofia sus cualidades, sus especificidades, y el no periodista se ve alentado a difundir una información, cualquiera que sea esta información. El interés es el interés de los empresarios, de los propietarios de prensa, lo ideal sería hacer un periodismo sin periodistas, sin sueldos evidentemente, y también sin periodistas que puedan plantear problemas de conciencia sobre el tipo de información que se difunde.

De ahí que, por ejemplo, haya ahora géneros periodísticos que están en vías de desaparición, el periodismo reportaje por ejemplo, no hablo del corresponsal que va allí y mañana lo saco y lo llevo a otro lugar, etc., no, eso me sirve únicamente de coartada, para decir “tengo a alguien allí”, pero en realidad estoy informando con lo que recibo aquí con toda clase de fuentes de información, no, hablo del periodista que hace un reportaje de fondo, etc. Eso cuesta demasiado caro. Y, sobre todo, lo que está desapareciendo es el periodismo de investigación, que es el más caro, evidentemente, y cada vez es más difícil tener a un equipo de periodistas que durante meses va a trabajar sobre un tema, buscando cómo revelar cosas que no sabemos. Cada vez es más difícil financiarlo porque es tener a varios periodistas, documentalistas, etc., trabajando sin saber exactamente si se va a encontrar o no. Se podía hacer en el período en el que la prensa escrita o la información en general vivía años de auge; hoy en períodos de crisis es muy difícil. Si el periodismo de información no estuviera en crisis, no estuviera en vías de desaparición, algo como Wikileaks no existiría, Wikileaks sólo ha aparecido porque los periódicos no hacen su trabajo, por eso Wikileaks se define no como periodista, y por eso Julian Assange dice precisamente que los periodistas han sido corresponsables de la guerra de Irak, por ejemplo, han perdido toda su dignidad cuando se dejaron embarcar en los tanques de prensa americana -pero bueno podríamos decirlo de otros países-, cuando se dejaron embarcar en las tropas, cuando estaban empotradas en las unidades de combate de la coalición que invadió Irak; él piensa que ése fue el momento, el desastre del periodismo contemporáneo. Por eso han surgido ahora estos buzones de fugas, de alguien que tiene conocimiento de una información y puede guardarlo en el anonimato, depositarlo, etc., porque ningún periodista va a ir a pedírselo porque no hay investigación. Hasta el punto de que está surgiendo ahora en Estados Unidos algo que se llama periodismo sin fines de lucro, es decir, no se trata de ganar dinero, sino que se trata de repetir algo de lo que estamos convencidos, de que el periodismo es indispensable para el buen funcionamiento de la democracia, el buen periodismo es indispensable para el buen funcionamiento de la democracia y, sin periodismo de investigación, la democracia no funciona tan bien porque hay demasiado secreto, hay demasiadas cosas que no se saben, lo cual alienta a aquéllos que se han beneficiado de esas operaciones ocultas a mantenerlas, lo cual corrompe a la democracia, es necesario que haya reveladores. Y por eso hoy en Estados Unidos se desarrollan en la red periódicos, financiados por mecenas o por fundaciones sin fines de lucro, que dan dinero, millones de dólares, para que exista una prensa hecha por periodistas veteranos que ganan un sueldo mínimo, pero que están dispuestos a hacerlo para que haya esas investigaciones indispensables para la información, pero que ya la gran prensa, la gran información, no hace porque se contenta con vivir del espectáculo. Muchas gracias.