

Los medios son el aparato ideológico de la globalización (por Ignacio Ramonet)

Fuente: red Voltaire

El intelectual y periodista Ignacio Ramonet clausuró la Biental Iberoamericana de Comunicación realizada en Córdoba (Argentina) del 26 al 29 de septiembre de 2007. Fue presentado por María Inés Loyola. Lo precedió en el uso de la palabra el investigador cordobés Héctor Schmucler.

"No puedo empezar esta charla, esta reflexión, sin rendir homenaje a la extraordinaria reflexión que acaba de proponer mi amigo, maestro, Héctor Schmucler con mucha valentía. Esta exposición, este testimonio personal es también la historia de la comunicación contemporánea y el itinerario intelectual que merece mucha reflexión para todos nosotros que hemos conocido y acompañado una parte de esa experiencia.

También agradecer a las organizadoras Marijo Villa y Susana Morales y a todo el cuerpo docente por haber organizado esta bienal. Me siento muy honrado que se me haya confiado la clausura ante tantos especialistas como hay en la sala y estudiantes y estudiosos de los temas de la comunicación.

Quisiera presentar una serie de apuntes porque creo que estamos todos deseando pasar a una nueva etapa y sacar la lección de todo lo que hemos aprendido en estos tres días. Algunos apuntes, quizá, en prolongación de este itinerario histórico que había propuesto Schmucler y con la idea de decir en qué momento estamos hoy - en mi opinión-, de esta historia mediática y comunicacional.

Pienso que los medios, en general, aparecen -quizá por la cultura mediática que hemos adquirido en los últimos decenios y como consecuencia de los trabajos realizados por los departamentos de ciencias de la comunicación. Todo ese saber que se ha desarrollado, relativamente nuevo, no existía masivamente hace 50 años y que se ha extendido ahora-, como un problema de la democracia.

Si los medios son la condición para la democracia, en la medida en que la ausencia de democracia se caracteriza precisamente por la ausencia de libertad de expresión y de una pluralidad que exprese la riqueza y la diversidad de la sociedad. Hoy, curiosamente, se produce en nuestras sociedades primero un sentimiento difuso: que los medios no funcionan.

Medios y mentiras

No sólo porque a veces se les pilla en flagrante ejercicio de mentira, como lo vimos en momentos trágicos, en particular en la víspera a la invasión de Irak, cuando se avanzó desde las posiciones de autoridad tan importantes como la presidencia de los EE.UU o algunos de los medios más respetados hasta entonces como el New York Times, o el Washington Post; se pudo afirmar que Irak poseía armas de destrucción masiva o que Irak y el presidente Sadam Hussein habían participado de las organizaciones de los atentados del 11 de septiembre.

Dos evidentes mentiras, hoy demostradas. No sólo por eso estas mentiras se acumulan. Pero, en la historia mediática también han habido otras mentiras. Por ejemplo, cuando estudiamos la comunicación nos damos cuenta que desde la resistencia salvaje y popular a una comprensión política, a una dictadura, a un autoritarismo, precisamente, en una sociedad donde no se permite la libertad de expresión, la sociedad va a emitir una serie de mensajes anónimos que circulan por y para subvertir el orden existente. Es característico de las dictaduras.

En las dictaduras, hay muchos rumores. Si el dictador y el sistema dictatorial afirman algo, aunque todo el aparato mediático del poder insistan en repetir esa verdad oficial, la sociedad no se lo cree y difunde automáticamente rumores que descalifican la palabra del poder.

La otra manifestación salvaje de resistencia popular a la voluntad de imponer un discurso, por ejemplo, es el chiste. Nunca se han producido tantas historias que se burlan del poder, que hacen reír, como en los sistemas autoritarios. Y estos dos aspectos, curiosamente el chiste, la broma y el rumor a expensas del poder para descredibilizar la palabra del poder, son dos manifestaciones características de las dictaduras.

Pero si nosotros observamos lo que pasa en nuestras democracias desarrolladas hoy ¿qué es lo que vemos? En la mayoría de los países - no sé si es el caso en Argentina- se han desarrollado ediciones cómicas que tienen vocación por hacer reír en el que el sistema público es el telediario, y los periodistas son los personajes más payasos de la sociedad. Es el caso en Francia, de España y de muchos países donde sistemas de marionetas o de animación sofisticados presentan precisamente el marco de la información como lo más caricatural del funcionamiento de las sociedades contemporáneas.

En nuestras sociedades democráticas, donde hay una pluralidad de medios, una sobreabundancia de medios, es donde más se manifiestan los rumores. Por ejemplo, del 11 de septiembre, existen decenas de miles de sitios en Internet donde se demuestra matemáticamente que ese atentado no ha tenido lugar. Sobre todo, el de Washington y donde se demuestra de que, exactamente, esto no fue así porque hay un complot detrás que dice que los responsables de Estados Unidos han organizado este atentado.

Estos ejemplos indican que en situación de democracia hoy significan que la información está funcionando como en una dictadura o como en sistemas de opresión. Hoy existe en nuestras sociedades, una sensibilidad muy particular hacia el funcionamiento mediático. Y hay una insatisfacción, justa o no justa, justificada o no, sobre el funcionamiento mediático.

El profesor Schmucler, acaba de dar un ejemplo sobre la cuestión de la inflación en Argentina, muy interesante, porque es una cifra que se calcula mediante mecanismos matemáticos. Sin embargo, nos explicaba que existe una desconfianza muy extendida hacia la verdad de esa cifra. Es otra demostración, que lo mismo ocurre aquí, sobre otros temas. Lo que dice la autoridad política o mediática no es automáticamente creído. Estamos, por consiguiente, en un sistema de desconfianza generalizada, de crisis de credibilidad, y tenemos cada vez más conciencia de que nos encontramos en una situación a la que yo califico de inseguridad informacional.

Existen otras inseguridades, en términos de trabajo, de salud, de seguridad estricta frente a la violencia pero también en una sociedad de inseguridad informacional. Si recibo una información hoy, no estoy seguro que sea buena y el cuerpo social está desarrollando una serie de mecanismos de alerta que hace que frente a algunas informaciones la postura más higiénica, más sana, consiste en desconfiar primero y creer después. Así, hasta hemos visto situaciones que parecían sólidas, que podríamos calificar de insurrecciones mediáticas.

Insurrección mediática

Hemos visto sociedades sublevarse utilizando los mecanismos mediáticos individuales de los que cada uno de nosotros dispone hoy: los teléfonos celulares y ordenadores para difundir masivamente de individuo a individuo y no de un punto a la masa de ir transmitiendo como un virus una contraformación frente a la información oficial y fue lo que pasó en España con el atentado en Madrid y que las autoridades oficiales trataron de presentar a un culpable oficial y el cuerpo social no lo aceptó.

Desde otro punto de vista, lo que pasó el año pasado en Hungría. En una conversación que parecía no tener gran importancia el jefe de gobierno admitió que le había mentado a la sociedad para ganar las elecciones, y se sublevó la población de Budapest durante varios días y semanas. También es una insurrección mediática.

La idea es de que todo el cuerpo social, la sociedad, los ciudadanos primero desconfían de los medios y segundo están dispuestos a movilizarse si constatan que les engañan.

Entonces, esta cuestión de los medios se ha transformado hoy, en muchos países, en el principal problema de la democracia. Evidentemente, hay una especie de paradójico fracaso de los medios. Por una parte, triunfan porque nunca han tenido tal dispositivo tecnológico a su disposición. Pero, por otra parte, hay un fracaso fundamental en la medida que esa credibilidad no está funcionando.

La sociedad está convencida de que los medios, no sólo tratan de engañarlo por razones políticas etc. sino que esencialmente no están funcionando como un elemento masivo de educación cívica para construir sociedad; sino que funcionan según otros criterios. Y en sociedades como las nuestras, donde tantas instituciones que se mantenían como pilares (familia, iglesia, educación, servicio militar) se han derrumbado; en algunos sectores donde las sociedades están en busca de su identidad contemporánea, existe la idea de que los medios constituyen la argamasa que va a constituir cuerpo social. Y los medios no lo están asumiendo.

Desde ese punto de vista, hay como una gran decepción frente a esa responsabilidad no asumida por los medios. Por otra parte, existe la sospecha de que si no funcionan como elemento masivo de educación cívica en realidad están funcionando sencillamente como una mercancía.

Ciudadanos en venta

La información está circulando como una mercancía, no según las leyes de la información, sino según las leyes de la oferta y la demanda y para mejor funcionar están cambiando su naturaleza y se están adaptando para venderse mejor, se adaptan a las leyes retóricas, no de la información, sino las dominantes de la esfera de la cultura de masas.

Es decir: efectos de emisión, simplicidad, espectacularidad, maniqueísmo, velocidad, urgencia como decía Shmucler, instantaneidad que es el régimen de la velocidad natural, normal, en tiempo real, que ha suprimido el espacio, que hace que efectivamente para las comunicaciones de hoy el espacio no exista. Tuve la sorpresa el otro día cuando dí la conferencia de prensa aquí que ya estaba en YouTube y alguien ya me la había enviado.

Esa idea del tiempo real ha destruido el periodo necesario para la elaboración de la noticia y, por consiguiente, ha creado toda una urgencia en su elaboración que, en la mayoría de los casos, se resume en transmitir (mecanismo propiamente técnico) y no a seguir una cultura periodística en la manera de elaborar la información.

Por otra parte, los propios mecanismos comerciales de la información hoy día están perturbados con la aparición de los "gratuitos". La gratuidad es la cultura de Internet, pero el NYT ya ni siquiera pide a cambio una pequeña suma de dinero para poner a disposición de los usuarios todos los archivos históricos y editoriales. La consulta es gratuita.

¿Por qué? Porque el mecanismo económico de la información es otro. Hasta ahora podríamos pensar que el mecanismo económico de la información consiste en vender información a los ciudadanos. Pero, cada vez más -como la decisión que acaba de tomar el NYT-, el negocio consiste en vender ciudadanos a los anunciantes. Nosotros somos vendidos. Lo que quiere el NYT, los periódicos gratuitos y la televisión es que seamos numerosos.

Cuanto más seamos, más caros van a vender los segundos la publicidad y la información es gratuita. Estos cambios, esta necesidad de que la información sea la más sencilla posible, para que el número de consumidores sea el más amplio posible, sin que haya un obstáculo para este consumo, estaba modificando el funcionamiento estructural de la información. Entonces, un parámetro como el de la verdad -eminente subjetivo, en función del punto de vista que se adopta-, tiene cada vez menos pertinencia y no se considera demasiado importante que la información que se difunde refleje realmente lo que ha ocurrido.

Medios y poderes

¿Por qué? Precisamente, porque por una parte se han dispuesto las leyes del entretenimiento y por otra parte, las leyes de la oferta y la demanda. Esta nueva situación del funcionamiento mediático en general arruina el concepto del Cuarto Poder. Pienso que hoy, ya lo expresé en otros trabajos, globalmente no se puede decir que los medios constituyan el cuarto poder.

A menos que no sepamos cuál es el origen de esta expresión. Les recuerdo que la idea de que la democracia o la república para ser tales debían descansar sobre tres poderes, es una idea de la ilustración francesa, precisamente de Montesquieu quien desarrolla estas ideas en el libro "El espíritu de las leyes". Desarrolla la idea para que una sociedad funcione de manera armoniosa, sin ninguna autoridad superior, sino para que se autogobierne, tiene que haber tres poderes.

Un poder que representa a la sociedad y que elabora las leyes que luego van a articular y organizar la sociedad, que es el poder legislativo. Por consiguiente, el poder legislativo era como una maqueta, un modelo reducido de la sociedad donde están representados un conjunto de los ciudadanos; un poder ejecutivo que tiene la función de hacer cumplir las leyes y el poder judicial que por definición debe permanecer aislado de los otros dos poderes porque debe hacerse sin ningún tipo de presiones: políticas, religiosas, militares etc.

Estos tres poderes son los que efectivamente las primeras sociedades democráticas van a desarrollar como principios, antes de que existieran las comunicaciones de masa propiamente dichas, que solo existen cuando las técnicas de reproducción masiva lo permiten. Se inventa la rotativa, la linotipia, que permiten editar centenares de miles de periódicos en una noche y también cuando las sociedades están alfabetizadas para poder leer ese medio colectivo.

Cuando empieza a haber medios de masa en las democracias, antes de la Primera Guerra Mundial, se contaban con los dedos de la mano. Cuando comienzan a desarrollarse los medios masivos de comunicación, en una sociedad alfabetizada y democrática, aparece un concepto y un actor colectivo que es la opinión pública. Con esta idea hay un debate sobre el tema. Nuestro amigo Pierre Bordieu decía que no existía y que era un invento de los sociólogos norteamericanos, porque era el reflejo de los medios masivos.

Si no hay MCM, no hay opinión pública. Retomando el ejemplo anterior del profesor Shmucler sobre la inflación, cuando decía que hay informaciones que uno puede verificar. Sobre eso, no necesito que los medios digan algo. Y si dicen algo en lo que no creo, dudo. En cambio, cuando los medios afirman algo de un territorio muy alejado de mí, del que no tengo por definición una experiencia concreta en mi vida material, cuanto más alejado esté de ese escenario de la información más dependo de los medios.

Por ejemplo, lo que ocurre en Irak, Afganistán, en Teherán, no tenemos experiencia de lo que pasa. Es virtual, es mediática. Creo o no creo, dudo o creo en parte lo que dicen los medios; pero es función de los medios. Por consiguiente, la opinión pública, si hoy se hace un sondeo sobre qué piensan los argentinos de Irak, en general la encuesta va a revelar lo que los medios dicen.

Entonces, el concepto de opinión pública va a permitir relativizar la legalidad de los tres poderes en la democracia. Porque la cuestión es la siguiente. Si, democráticamente en una democracia se toma una decisión de hacer una ley ¿qué es lo que moral o éticamente puede condenar esa ley? Si es democrática, se ha votado, es representativa, no ha habido fraude, la ley es legal y se impone. Pero a pesar de todo esto, una ley puede ser criminal.

Por ejemplo, en EE.UU, la primera democracia moderna, durante casi un siglo hubo leyes votadas democráticamente que autorizaban la esclavitud. Autorizaban la compra y la venta de seres humanos, convirtiéndolos en pura mercancía. O la discriminación racial, que era legal en muchos Estados hasta los años 50. En un país democrático como Francia o en Inglaterra con constitución democrática, democráticamente votaron leyes que autorizaron la colonización, es decir, la invasión, la conquista militar, la destrucción de culturas, la explotación de riquezas, de personas, democráticamente votadas.

En Francia, también la justicia ha podido condenar a un inocente como fue el caso del capitán Dreyfus que se le condena por traición pero en realidad se lo hace por antisemitismo. Los jueces se comportan como antisemitas para impedir que un judío ingrese al ejército y el pretexto es que ha traicionado al país frente a Alemania. Pero, precisamente, frente a estas leyes democráticas pero inicuas, criminales, va a surgir la utilización de la Opinión Pública. Ese sentimiento, esta utilización cívica de la prensa, y por ejemplo en el caso Dreyfus, surge la expresión Cuarto Poder que aparece en Francia y que utiliza frecuentemente la sociología norteamericana.

Por la movilización de una serie de personalidades conocidas por su reputación artística como Emile Zola que se va a movilizar a favor de Dreyfus y va a exigir que se revise el proceso. Surgen a la vez, el cuarto poder y el concepto de intelectual, movilizado, comprometido con una causa del pueblo.

Aparece entonces la idea de que una democracia por muy legal que sea, es incompleta si a los tres poderes no se le añade un cuarto poder, que es el de la sociedad, el de la opinión pública aliada a los medios de comunicación masiva para corregir los disfuncionamientos de los tres poderes.

Hablo de la democracia, es decir, que es un poder en manos de los ciudadanos y un poder que tiene en definitiva como objetivo el permitir, vigilar, corregir y garantizar el buen funcionamiento democrático y así se inventa la opinión pública que pasa a ser un elemento del pueblo democrático. Mi idea es que esa función de cuarto poder de los medios, no está funcionando.

Globalización

Esencialmente, porque estamos en un periodo que se llama globalización y que ha modificado todos los parámetros de funcionamiento económico y cultural de nuestra sociedad. La globalización es el fenómeno dominante de nuestro tiempo, es una evidencia repetirlo, pero es importante recordar que la palabra globalización equivoca porque quiere decir que se extiende al globo.

Por ejemplo, la patata de Perú se extendió al mundo y podríamos hablar de la globalización de la patata. Pero no es ese el significado. La globalización es

un fenómeno específico de nuestro tiempo y al que además no podría existir, sin los cambios que se han producido en el campo de la comunicación. ¿Qué es la globalización? Es, esencialmente, la idea de que los capitales pueden circular en el planeta sin trabas.

Lo único que en este planeta puede circular sin trabas, aparte de los vientos y son detenidos por la cordillera, es el dinero. Lo que más se compra y se vende en el mundo hoy es el dinero. No es el petróleo, la soja o el trigo y los alimentos. Lo que más se compra y se vende es el dinero. Se compran y venden euros, dólares, y toda clase de moneda y se llama el mercado de divisas el mercado de cambios.

Y el hecho de que el dinero circule hace que si usted es un capitalista y tiene centenares de millones de dólares tiene dos posibilidades: o crea una fábrica con trabajadores que fabrican productos y los venden en los mercados todo eso es muy complicado y le va a procurar un beneficio de entre un 4% o 5%, y eso en el mejor de los casos. Ahora si usted coloca ese dinero en el mercado financiero actualmente usted está seguro de obtener un crecimiento término medio de 20 a 25%.

Entonces, en el mejor de los casos, aquellas personas que quieren colocar dinero en una empresa van a exigir que esa empresa les produzca un beneficio de 15% para que esa brecha produzca esa cifra. Tiene que deslocalizarse e instalarse en países subdesarrollados donde la mano de obra es muy barata, sobreexplotada, no hay derechos sociales o se destruyen etc.

La liberalización de los capitales ha creado toda una situación que ha desencadenado la guerra principal de nuestro tiempo y es la guerra del mercado contra el Estado, del individuo contra el colectivo, la sociedad, de lo privado contra lo público. Y si el mercado de cambio se ha liberalizado es porque se ha desmaterializado. Si usted quiere comprar millones de euros no hace falta que lleve maletas.

El sistema utiliza las autopistas de la comunicación. Si no hubiese habido esta transformación tecnológica que signifique la revolución digital no estaríamos en un sistema que cada día, cada segundo, 24 horas, los 365 días al año está especulando con la moneda. ¿Para qué sirven las autopistas de la comunicación? No se han creado para que nosotros mandemos mensajes a nuestros amigos con mucho placer, se han creado para que transformen órdenes de compra y venta de valores financieros.

Por eso la globalización es ante todo un mecanismo financiero más que económico. Porque la economía supone la creación de productos, salarios y de sociedad. Y esto también es una empresa de tipo financiero. Entonces, esta lógica hace que en el mundo de la globalización, los actores principales están desmaterializados, no tienen territorios. Lo que tienen es la explotación de riquezas, mientras que los Estados son prisioneros aún de sus territorios. Y esta idea ha hecho que los actores principales de la globalización sean las grandes empresas.

Pero la revolución digital ha permitido que en el campo de la comunicación lo que antes era este sistema especializado en lo escrito, la imagen, el sonido, hoy día la tecnología es la misma para todo y ha creado un continente nuevo que es Internet. Hoy día las máquinas de comunicar especializadas, un poco lo decía Darwin de los animales demasiado especializados, están en vías de extinción. Porque todas las máquinas de comunicar actuales integran texto, imagen y sonido como los teléfonos.

Los ordenadores permiten todo: ver cine, escuchar música, ver fotografías, escribir. Todo. Este tipo de cambio hizo que las industrias que estaban especializadas en cada sector se unificaran. Por eso hemos visto aparecer, a lo largo de estos últimos 20 años, megarubros que no solo acumulan actividades de la comunicación y la información, unificando las tres esferas de la información, (comunicación, publicidad y de la cultura de masas), sino además integrando Internet. Y estos actores son los que dominan hoy económicamente la información.

Y claro, estos actores no tienen hoy una preocupación cívica. La preocupación de ellos, no es de construir sociedad. La preocupación esencial de estas empresas -y no hablo por el momento de ideología, estoy describiendo el mecanismo de formación de estos mastodontes de la comunicación que está dominado por sectores que no tienen que ver con la comunicación en el sentido de intercambio de mensajes- es la rentabilidad.

Por ejemplo, las empresas telefónicas, las informáticas, son actores de la comunicación. Pero también grandes empresas que no tienen nada que ver a priori directa o indirectamente con la comunicación. Por ejemplo, cuando Vivendi era el grupo número uno de la comunicación mundial distribuía agua en los edificios y casas de departamentos.

La idea es la siguiente. Con la revolución digital, usted tiene una estructura de empresa que le permite elaborar un fluido, enviarlo por unos tubos, medir el consumo en cada punto de consumo (casa o departamento). Si usted posee esa estructura, si junta agua, electricidad o TV por cable o cualquiera actividad de la comunicación, es exactamente lo mismo.

Entonces, esta nueva esfera que se ha creado con estos nuevos grupos, son los que hoy día están dominando la comunicación. En estos momentos estamos viendo la inmensa batalla que hay en el mundo por el control de la información económica (Reuters, Wall Street Journal). Es decir, los medios tienen ahora una postura de la rentabilidad, igual que los demás actores de la globalización.

Los medios, aparato ideológico

En este contexto, los medios no aspiran hoy a ser el cuarto poder. No es su preocupación. Pero, curiosamente, al transformarse en actores principales de la dinámica principal de nuestro tiempo, los grandes megagrupos son -como las grandes empresas-, actores principales de la dinámica dominante de nuestra sociedad. En realidad, quieren más. No se contentan con ser el cuarto poder, ahora lo que quieren es transformarse sencillamente en el aparato ideológico de la globalización.

De hecho, son el aparato ideológico de la globalización igual que cuando los conquistadores llegaron aquí tenían el aparato ideológico de la Iglesia, como apoyo a la conquista. Hoy día, a la penetración de la globalización, le acompaña el aparato ideológico de la globalización, es decir el sistema mediático, que efectivamente instala la idea de una manera extremadamente compleja, acompaña esa relación de que la globalización es lo mejor que nos podría ocurrir.

Establece de manera muy inconciente y permanente una idea muy difícil de combatir: que la globalización es sinónimo de modernización, de progreso. Es muy difícil estar en contra de esto cuando en realidad la globalización, para miles de millones de personas, es regresión. Y el aparato ideológico está repitiendo esta idea. Hoy día, el aparato mediático no quiere ser el cuarto poder. Pero de hecho es el segundo poder. Porque la jerarquía de poderes, se ha movido con la globalización. El primer poder es el financiero, el segundo es el mediático y el tercero es el político.

Todos tenemos en mente el modelo (Silvio Berlusconi, que se transforma en la primera fortuna gracias a la construcción de edificios y en la primera fortuna de Italia, cuando adquiere el primer grupo mediático de Italia. Estos dos poderes, automáticamente y democráticamente, le van a dar el poder político. Por consiguiente, hoy está la idea de que esa pareja infernal entre el poder financiero y mediático no admite cualquier resistencia. La resistencia tiene un nombre: la voluntad política. Todo sistema que opone voluntad política, a la voluntad de dominar el mundo, inmediatamente, se ve sancionada.

Miren lo que está ocurriendo en América Latina. Uno de los pocos ejemplos en el mundo, donde una serie de gobiernos han combatido la globalización, las sociedades han vivido a sus expensas, la aplicación de medidas neoliberales extremadamente depredadoras, se ponen en práctica una serie de decisiones que vuelven a poner en primera línea la voluntad política, de crear la iniciativa a lo político, frente a lo económico y mediático.

Es lo que ocurre en Venezuela, Argentina, Bolivia, Ecuador, y miren con qué violencia el aparato mediático está tratando de desacreditar esas experiencias con la temática de que son experiencias no democráticas cuando no lo son, o de regresión, cuando son de progreso evidente.

Golpes mediáticos

El caso de Venezuela ha sido ejemplar. Cuando la guerra mediática, los medios se encontraban en primera línea cuando había sido derrotada electoralmente la oposición política. Y los medios, asumieron no sólo ser el segundo poder, sino la ambición de ser el primer poder conduciendo lo que podemos llamar el primer golpe mediático internacional.

Los medios aspiraron a tomar directamente el poder en 2002. Además, quieren ser el único poder, sin contrapoder. Nosotros, que hemos estudiado y trabajado con Michel Foucault, sabemos que cualquier poder tiene un contrapoder. El poder político, tiene una oposición -estamos hablando en países democráticos-, el poder empresarial tiene un contrapoder que son los sindicatos. Pero el poder mediático no admite contrapoder, porque cualquier crítica con respecto al funcionamiento mediático, es inmediatamente acusada de atentado contra la libertad de expresión; y trata de desacreditar cualquier reflexión que ponga en expresión, que ponga en causa el funcionamiento mediático. Las campañas que se llevan a cabo contra Venezuela, Bolivia, Cuba, Ecuador las tenemos ante los ojos.

Para terminar, he lanzado esta idea de crear un Quinto poder que tenga la función del cuarto. Creo que hay una serie de iniciativas, aprovechando esta sensibilidad particular de nuestras sociedades, frente a los abusos, los desvaríos, los disfuncionamientos mediáticos. Creo que hay que dinamizar, lanzar la idea de los observatorios de medios, no solo para producir informes, sino también para movilizar.

Quinto poder

Creo que hay que ser, a la vez, académicos apoyándonos en el saber universitario. Pero, el saber universitario no debe mantenerse en el seno universitario. Debe salir de la universidad. La sociedad en su conjunto necesita del saber que se ha elaborado en las facultades de ciencias de la comunicación para armar a los ciudadanos que sienten que algo no funciona y no saben exactamente qué.

Y hoy, precisamente, hay una misión en el sentido misionero de la palabra, de ir a la sociedad para movilizarla. No solo hay que hacer estudios, sino ser un agitador mediático, un agitador político. Hay que hacerlo. A partir y con el arma de los observatorios, hay que pasar a la denuncia de los medios que mienten y a la protesta popular.

Estamos en una batalla ideológica. Hay que apoyar la creación de servicios públicos. Hemos visto la batalla a propósito de Venezuela con RCTV, la voluntad del Estado de equilibrar el sistema mediático, mediante el desarrollo de servicios públicos como Telesur. También en otros países como Encuentro en Argentina, y otros en Brasil.

Todos estos procesos de transformación económica están teniendo una traducción mediática, porque es una batalla decisiva. Hay que desarrollar la comunicación comunitaria, hay que crear una nueva generación de periodistas -no estar condenados a hacer lo mismo que sus predecesores- porque el mundo mediático está viviendo una revolución radical y esa nueva generación debe utilizar Internet con sentido de la creatividad, con sentido de la imaginación para inventar el periodismo de nuestro tiempo. Una información mejor es posible y entre todos lo vamos a lograr". Muchas Gracias.