



**LLIGA DELS DRETS
DELS POBLES**

La tiranía de la televisión. Connivencia entre los medios de comunicación y el poder

Conferencia a cargo de IGNACIO RAMONET, director de *Le Monde Diplomatique*.

Transcripción de la conferència realizada el 28 de junio de 2005 en el Casal Pere Quart de Sabadell, en el marco del ciclo "[Televisió, política i poder](#)", organizado por el Ajuntament de Sabadell y la [Lliga dels Drets dels Pobles](#)

Muchas gracias. Buenas tardes. En primer lugar, quiero disculparme por el retraso. Como saben, es debido a que se ha retrasado el vuelo y después hemos encontrado atascos en el camino de Barcelona a Sabadell. En segundo lugar, quiero agradecerle a la Lliga dels Drets dels Pobles y al Ayuntamiento de Sabadell de haber tenido la amabilidad de invitarme a participar en este de reflexiones. Tercero, decir que para mí es un placer regresar a Sabadell porque entre los libros que ha citado la presidenta hay uno de ellos que, en realidad, es un seminario que hice en esta ciudad durante toda una semana. El compendio de todas estas conferencias dio lugar a este libro que es el único mío publicado en catalán.

Hoy en día es indispensable y necesario –y se ha vuelto una exigencia casi social- el hecho de interrogarse sobre la articulación entre información, comunicación y poder. ¿En qué medida es posible una articulación? ¿Cómo funcionan estos dos conceptos, la información y el poder? ¿Cómo están articulados hoy? Sobre todo cuando decimos hoy, estamos hablando de un período que se caracteriza esencialmente por lo que llamamos globalización liberal. La globalización es la característica dominante de nuestro tiempo, como en otras épocas hubo fenómenos históricos importantes. Entre 1939 y 1945 lo más importante del mundo fue la II Guerra Mundial (de la cual este año se celebra el 60 aniversario de su final). Actualmente, lo más importante es la globalización liberal.

En el marco de esta globalización, ¿qué papel juega la información y, más ampliamente, la comunicación, en el seno de la cual interviene este medio del cual hablamos hoy –la televisión-, pero que hoy día ya está dejando de ser el medio dominante en la medida en que habría que articularlo con internet? No cabe duda de que, hoy en día, hay una serie de indicios que nos muestran que, en las sociedades democráticas, los medios de comunicación no están funcionando. Y no están funcionando hasta tal punto que la sociedad, los países democráticos están reclamando que funcionen mejor.

Algunos teóricos indican que, en la actualidad, uno de los problemas principales que tiene la democracia es el mal funcionamiento de los medios de comunicación y de información. Durante mucho tiempo se pensó que los medios eran una forma de hacer avanzar la democracia. Se pensó que los medios de comunicación (la prensa escrita, la radio, la televisión) permitían precisamente una expresión de lo que podríamos calificar de característica principal de la democracia, que es la libertad de expresión (o la libertad de opinión). Esta libertad, cuanto más se expresaba en los medios de comunicación, más significaba que estábamos en un sistema que admitía esa libertad sin trabas. Nos estamos dando cuenta ahora que el mal

funcionamiento de los medios indica que algo no funciona en la democracia. Es decir, primero porque se plantea una cuestión sencilla que es ¿a quien pertenecen los medios?. Después plantea otras: ¿tienen los dueños de los medios los mismos intereses que los ciudadanos de una sociedad democrática? ¿O tienen unos intereses particulares? Cuando los medios que pertenecen a tales dueños defienden tal o cual valor, tal o cual idea, ¿será ello beneficioso para el conjunto de la sociedad o para los dueños de los medios?

En estos últimos tiempos se han producido una serie de disfunciones mediáticas que indican que los medios son, hoy por hoy, “el problema” de la democracia. También tiene otros problemas como la persistencia de las desigualdades que, evidentemente, constituye la prueba de que no todo el mundo es igual y de que no todos los votos son los mismos y de que hay demasiados excluidos en nuestras sociedades. Los medios, como institución, han defraudado y están defraudando a los ciudadanos y tienen un comportamiento que no corresponde a lo que son y sienten los ciudadanos y a los propios intereses de los ciudadanos. Podemos tomar, por ejemplo, lo que ocurrió en Estados Unidos en vísperas de la guerra de Irak. Esta guerra se decide porque el gobierno de Estados Unidos, apoyándose en una serie de informes, algunos de ellos procurados por servicios de inteligencia europeos (mayormente británicos, pero no sólo ellos, también italianos), afirma que el régimen de Saddam Hussein posee armas de destrucción masiva. Era una afirmación que, en principio, tenía la fuerza de intimidación de ser expresada por el presidente de los EUA, por el vicepresidente (Dick Cheney) y por el ministro de Defensa (Donald Rumsfeld). La opinión pública internacional podía partir del principio que semejantes autoridades a escala internacional no podían avanzar una idea falsa, que algo de verdad habría en esto. Recuerden cuál era la tesis principal para argumentar la necesidad de hacer esa guerra. Decían que el régimen de Saddam Hussein poseía armas de destrucción masiva (químicas, biológicas) y que estaba a punto de dotarse de armas nucleares y, por consiguiente, constituía un peligro no sólo para la región sino para la seguridad de los Estados Unidos. Después de los atentados del 11 de septiembre de 2001, ese estado podía poner esas armas de destrucción masiva en manos de algunos grupos capaces de golpear a Estados Unidos. El segundo argumento para hacer la guerra es que estaba establecido en que había una relación entre el régimen de Saddam Hussein y los autores del atentado del 11 de septiembre. Decían que, en definitiva, Saddam Hussein era el autor indirecto de los atentados en razón de sus relaciones con la organización Al-Qaeda. Cuando el gobierno de los EUA afirma eso, ¿cuál es el comportamiento de los medios de comunicación? ¿Cuál es el comportamiento de la prensa seria norteamericana, de la televisión y de las emisiones más serias de la CBS como Sixty minutes, que tienen una credibilidad importante? Esos medios de comunicación ¿se interrogan sobre esas afirmaciones, investigan sobre la realidad de esas informaciones? Periódicos tan serios y con fama mundial como el New York Times o el Washington Post (en particular el Washington Post había sacado a la luz el Watergate y podíamos como ciudadanos serios y críticos hacerle confianza), no sólo confirmaron lo que decía el gobierno de los Estados Unidos sino que publicaron una serie de artículos confirmando que los argumentos y afirmaciones del gobierno eran más que ciertos. Pero hoy sabemos que esas armas nunca existieron. Hoy sabemos que nunca hubo relaciones entre el régimen de Saddam Hussein y Al-Qaeda.

Hoy sabemos que esa guerra se hizo en nombre de argumentos falsos que convencieron a la opinión pública norteamericana porque todos los medios lo repitieron. Y en el momento de empezar la guerra, el 20 de marzo de 2003, entre el 65 y el 70 por ciento de la opinión pública norteamericana apoya a su gobierno en su decisión de invadir aunque no tenga la autorización de Naciones Unidas, aunque decida llevar a cabo una aventura militar fuera de la legalidad internacional. Esta adhesión de la opinión pública es consecuencia del apoyo de los medios de

comunicación y esos medios de comunicación se equivocaron masivamente. Los medios de comunicación no jugaron el papel que nosotros tenemos el derecho de esperar: que nos digan la verdad, que nos den elementos que nos permitan juzgar. ¿Lo que dice el gobierno es cierto o es falso? Nosotros tenemos que confiar en los medios de comunicación para recoger elementos que nos permitan juzgar. Si los propios medios de comunicación se alinean con una posición que se va a revelar errónea por parte de este gobierno, evidentemente no tenemos elementos de juicio.

Eso sin tener en cuenta lo que sucedió después, al iniciarse la guerra, como el asunto de la soldado Lynch, como todas las mentiras que se ha ido diciendo sobre lo que está sucediendo allí. Podríamos poner otro ejemplo de fracaso, de desastre mediático. Este es uno de los más que se han producido en los últimos años, pero podríamos hablar del 11 de marzo aquí en España, donde vemos como un presidente del gobierno llama directamente a los responsables de los principales medios para afirmar que él sabe quien ha cometido este atentado y para que estos medios reproduzcan quien ha cometido este atentado en la versión del presidente del gobierno. Cuando su propio ministro del interior –en los medios dominantes- está también dando una versión que se va a revelar falsa de esos atentados. Unos atentados que traumatizan a la sociedad española, de la misma manera que los atentados del 11 de septiembre traumatizaron a la sociedad norteamericana. Vemos que pocos medios consiguen resistirse a este tipo de manipulación. Pocos medios serios resisten al argumento de autoridad de que el presidente del gobierno diga, según él, quién es el autor de atentado. Por eso, en los primeros días, muchos medios de comunicación van a afirmar que es ETA el autor del atentado cuando ya hay indicios de que no puede ser y de que se trata de un atentado de carácter islamista radical, más o menos ligado a Al-Qaeda. En toda esta historia, vemos como un gobierno trata de imponer lo que llamaríamos una “verdad oficial”, lo que antes, en los países autoritarios, se llamaba la “verdad oficial”. Existe la “verdad oficial” y la “verdad real”.

Lo sucedido en España el 11 de marzo aporta una segunda lección. La primera es que aquí, como en otras partes, los medios de comunicación están ligados al poder o a intereses económicos muy ligados al poder y no tienen suficiente distancia crítica. Pero hay una segunda lección que podemos sacar de la experiencia española –que es bastante inaugural a escala internacional y que, en cierta medida, corresponde a que hay un sentimiento en las sociedades democráticas de que los medios no funcionan y de que eso es un problema-. Frente a esa verdad oficial que los grandes canales públicos -expresión del gobierno- van a repetir sobre la versión oficial de los atentados del 11 de marzo, la sociedad empieza a reaccionar con un sentimiento crítico y empieza a autoinformarse, con una especie de guerrilla mediática frente a los cañonazos mediáticos dominantes de los grandes medios. Con instrumentos muy ligeros (mensajes a través de los teléfonos móviles, el correo electrónico), la gente empieza a avisarse de que hay otros medios que están dando otra versión sobre ese crimen y, por consiguiente, se produce lo que podríamos llamar la primera insurrección mediática en una sociedad moderna. En esta insurrección, una parte importante de la sociedad no acepta la versión oficial y, alertándose a sí misma, propone buscar la verdad de otra manera y de encontrarla y además eso se va a traducir en una sanción electoral contra un equipo político que trataba de imponer una versión que no se correspondía con la realidad. Esta situación que se da en España es muy particular, porque encontramos tres ingredientes que no siempre coinciden y que tienen que ver con el tiempo. El tiempo del acontecimiento (11 de marzo), el tiempo mediático (toda la cobertura que se va a hacer instantáneamente) y el tiempo electoral (que hace que simultáneamente se produce el acontecimiento, el eco mediático y la sociedad que interviene muy rápidamente).

La tercera lección, que demuestra que algo no funciona en los medios, es lo que ha pasado en Francia con el referéndum. ¿Qué ha ocurrido en Francia, desde el punto de vista mediático, con el referéndum? Desde este punto de vista, todos los grandes medios de comunicación franceses (televisión, radio, periódicos) estuvieron machacando durante meses que si no se votaba que sí, sería una catástrofe. Estuvieron aterrorizando a los ciudadanos, en nombre del interés superior que, según los editorialistas y los periodistas, era lo que necesitaba el país. Todo el establishment político, los grandes partidos y los grandes dirigentes, con la ayuda de todos los grandes dirigentes europeos, que vinieron a repetirle a la gente que debían votar sí. Teóricamente, en un referéndum se puede votar de dos maneras: sí o no. Y hasta puede uno abstenerse. Pero ahí se difundió la idea de que sólo se podía votar sí. ¿Y qué hizo la gente? El 60 por ciento votó que no. ¿Qué demuestra eso? Pues que la gente no sigue lo que le dicen los medios. Los medios no tienen tanta influencia en la sociedad como a veces creemos nosotros mismos que somos críticos. En Francia, si la sociedad hubiese votado en proporción a lo que los medios dominantes dijeron o al tiempo en sí que se dio durante la campaña, se hubiera obtenido un 80 por ciento a favor del sí y el 20 por ciento a favor del no. Hoy en día, en nuestras sociedades, cada vez hay más desconfianza en relación con los medios. Algo no está funcionando en los medios de comunicación. Y esto, evidentemente, es importante porque durante mucho tiempo, en nuestras sociedades, a los medios de comunicación se les llamó “el cuarto poder”. Se decía que el cuarto poder podía propiciar el perfeccionamiento del funcionamiento democrático.

La expresión del cuarto poder se inventó en Francia, aunque luego la van a usar los norteamericanos en relación con la prensa. Pero se inventa en Francia, en un momento particular, cuando se produce en Caso Dreyfuss. Alfred Dreyfuss era un oficial del ejército francés, en tiempos de la Tercera República, al cual se acusó de ser espía a favor de Alemania. A ese hombre se le encontró un documento comprometedor, fue juzgado, degradado y retirado del Ejército y se le condenó a cadena perpetua en un penal en Cayenne, en la Guyana francesa. A ello se le dio una enorme publicidad y Francia se dividió en dos ante este caso. Unos decían que Dreyfuss era víctima de una injusticia y los hostiles decían que había encontrado su merecido. En este debate surgió un elemento muy importante, que fue la intervención de un gran escritor muy popular e implicado socialmente, que se llamaba Émile Zola. Él escribe en toda la primera plana de un periódico muy importante un artículo titulado “J'accuse”, en el que demuestra que Dreyfuss no ha sido condenado por una cuestión de espionaje que nunca se demostró (cuando se le volvió a juzgar se pudo comprobar), sino que se le había juzgado únicamente porque era judío. El ejército, vieja institución francesa, no soportaba que los judíos pudieran progresar y era una manifestación del antisemitismo moderno. El caso se pudo revisar, Dreyfuss regresó y se le restablecieron sus derechos.

Aquí surgió, por una parte, la figura del intelectual (Zola) en el sentido en que lo entendemos ahora. Y surge el cuarto poder. Esto es importante entenderlo: el cuarto poder sólo tiene significado en un marco democrático. En un marco dictatorial no puede haber cuarto poder porque todo lo determina la dictadura. No hay prensa libre. Hay una prensa tolerada, más o menos domesticada o servil, pero no hay prensa libre y no puede haber cuarto poder. Todo está funcionando mal. El cuarto poder tiene sentido en un marco democrático por la razón siguiente: un régimen puede ser democrático y, sin embargo, puede cometer injusticias. No es una contradicción. En el siglo XXI, nosotros consideramos que la democracia es el régimen menos imperfecto, pero aunque es así, puede tener imperfecciones. Y pueden ser imperfecciones graves.

Una democracia funciona sobre el principio de los tres poderes: legislativo, ejecutivo y judicial. El poder legislativo es el poder de la asamblea en el que representantes del pueblo soberano hacen las leyes. En una democracia, se pueden hacer leyes inicuas, leyes que podrían calificarse de criminales. Por ejemplo, en Estados Unidos es la democracia moderna más vieja tuvo durante siglos leyes democráticas que permitían la esclavitud o que permitían la discriminación racial. En muchos estados existía un apartheid legal hasta finales de los años sesenta. No hace tanto tiempo. Recientemente han podido ver el caso de un hombre del Ku-Klux-Klan que fue juzgado por un crimen admitido sin que fuese condenado. En un país democrático puede haber leyes criminales. En Francia e Inglaterra –países de tradición democrática- también ha habido leyes que han permitido la colonización, leyes que consideraban a unos pueblos inferiores a otros, cosas que hoy en día nos escandalizan. De la misma manera, en muchos países, el ejecutivo puede llevar a cabo acciones contra tal o cual minoría o sector de la población que pueden ser escandalosas, aunque sea un ejecutivo democrático. El poder judicial, cuando es realmente independiente del poder político, también puede cometer injusticias. Todo el mundo sabe que se puede condenar a inocentes o se puede declarar inocente a alguien culpable, como este hombre del Ku-Klux-Klan que fue juzgado inocente cuando había participado en el asesinato de tres defensores de los derechos cívicos.

Si estamos en democracia y si los poderes tradicionales se equivocan, ¿quién los puede corregir? Si estamos en dictadura, podemos decir: “¡Ah! ¡Si estuviéramos en democracia, esto no ocurriría!”. Pero estando ya en democracia, no hay un régimen que sea más democrático que el democrático. Entonces, quien lo puede corregir es la prensa. Es quien puede decir: esta ley es inicu, esta persona es inocente, etcétera. ¿Y quién lo puede demostrar? Los medios de comunicación. De ahí surge la idea del cuarto poder. Pero, ¿qué es lo que estamos viendo hoy? Durante mucho tiempo hemos creído en el cuarto poder y hemos creído que una democracia se perfecciona con un cuarto poder que defiende un cierto número de valores. No sólo ligados a la democracia, sino también valores ligados a la ética, a una concepción del vivir en común. Por consiguiente podríamos pensar que esta concepción cívica del periodismo o de la información permitía corregir y ayudaba a perfeccionar la democracia. Pero, ¿qué he dicho al principio de esta charla? Que en el caso de la guerra en Irak, la prensa estadounidense no nos dijo que lo que decía el señor Bush era falso. La prensa no advirtió: “¡Cuidado, que nos están llevando a una guerra sin razón!”. Saddam Hussein era un dictador. ¿Pero es que en esa región sólo había un dictador? Hay una dictadura en Arabia Saudí, en Egipto, en Jordania, etcétera. En muchos países hay dictaduras. ¿Por qué hacer la guerra en ese país y en ese momento? Porque tenía armas de destrucción masiva, decían. Pero luego se vio que no las tenían. ¿Por qué la prensa no nos dijo que no las tenían? No jugó su papel de “cuarto poder”.

Actualmente, estamos viendo que la prensa no funciona con el mismo diapason que la sociedad y que, por otra parte, no refleja forzosamente los intereses de los ciudadanos. ¿Por qué razón el cuarto poder está fracasando? Una de las razones tiene que ver con la globalización, con este fenómeno que yo describía al principio. ¿Qué es la globalización? Esencialmente, es una dinámica económica. Podríamos resumirlo diciendo que es la segunda revolución capitalista. Un fenómeno en el que el poder político está supeditado al poder económico, a escala internacional. La política no ha perdido el poder pero, hoy en día, tiene que negociar con fuerzas económicas globales, mundiales y también con instituciones económicas (Fondo Monetario Internacional, Banco Mundial, Organización Mundial de Comercio...) que fijan reglas que todos los gobiernos deben obedecer. Por consiguiente, el poder económico está por encima del poder político. En el seno del poder económico está el poder financiero que es más importante que el propio poder económico de tipo industrial tradicional. Eso quiere decir que los actores de la globalización no son los estados, que hasta

ahora habían sido los actores de la dinámica política. ¿Quiénes son los actores importantes en el seno de la globalización? Pues son los grandes grupos económicos, las grandes empresas mundiales o los grandes fondos monetarios, que son los que están en el área del sector financiero. Y entre los grupos empresariales dominantes están los grupos mediáticos que, evidentemente, hoy día son actores centrales de la globalización. ¿Y qué forma e intereses tienen estos grupos? Ya no tienen la característica que pudieron tener en otro momento. Por ejemplo, cuando tratamos de explicar la relación entre la información y el poder (en los institutos, en la facultad de periodismo), hay una película que sirve de modelo y que tiene como fondo central esta articulación entre el poder de la prensa y el poder político. Se trata de Ciudadano Kane, una película que Orson Welles filmó en 1941. Ciudadano Kane cuenta la historia de un señor muy rico, que posee una serie de periódicos y que con ellos quiere manipular las elecciones –hasta él mismo se presenta a ellas- y vemos a su amante que canta y a la cual él quiere transformarla en la Callas de su época. Es una película bastante genial, por otra parte. Es decir, que con el poder de la prensa se puede hacer lo que se quiere en un país. Eso era lo que podía suceder en 1941, aunque tampoco tanto.

Como saben ustedes, el modelo de Welles para su Ciudadano Kane fue el magnate de la prensa William Randolph Hearst. Era el dueño de muchos periódicos al final del siglo XIX y fue el que provocó la entrada en guerra de los Estados Unidos contra España en la Guerra de Cuba. Hearst mandó a uno de sus periodistas que era dibujante para que hiciera ilustraciones sobre la barbarie española en Cuba. Este señor se estuvo paseando por La Habana y no veía nada. Le mandó un telegrama a Hearst diciéndole: “Aquí no veo nada y voy a regresar” y Hearst contestó: “Usted quédese y mándeme ilustraciones, que yo le mando la guerra”. Y efectivamente, la presión sobre el presidente William McKinley hizo que se desencadenara la guerra. Pero este es un universo de finales del siglo XIX. Hoy en día, alguien que poseyese algunos medios de prensa escrita en un sólo país (como era el caso de Ciudadano Kane) no sería un gran grupo mediático.

¿Qué es un gran grupo mediático ahora? Es el que ha aprovechado la revolución digital. El hecho de que la comunicación sea prensa escrita, radio o televisión, funciona con la misma tecnología: la digital. Antes de la revolución digital, las máquinas de comunicar estaban especializadas. Es decir que sólo servían o bien para el texto, o para el sonido o para la imagen. Por ejemplo, yo les estoy hablando a través de un micrófono (un aparato que se inventó a finales de los años veinte) y por aquí sólo puede entrar sonido, no se puede ni una imagen ni un texto. Antes, los periodistas trabajaban con máquinas de escribir, porque sólo servían para eso: para escribir. No se podía meter un sonido. Los teléfonos de baquelita de antes sólo servían para el sonido. Es decir, las máquinas estaban especializadas y las industrias también: eran de texto, de sonido o de la imagen. Mientras que hoy, cualquier máquina de comunicar posee los tres. En cualquier teléfono hay una pantalla donde hay imagen, sonido, texto. En el ordenador hay imagen, sonido, texto: puedo escuchar discos, puedo ver vídeos, puedo ver películas. Todo está junto. Lo que hace que, hoy en día, en la industria mediática puedan cohabitar tres esferas que antes estaban muy separadas: la de la información (prensa escrita, radio, televisión e Internet), la de la publicidad (propaganda, mercadeo, etcétera) y toda la cultura de masas (cine, televisión, edición, tiras cómicas, música...). Estas tres áreas están ahora concentradas y una gran empresa mediática hace de todo y lo utiliza todo. Hoy en día, el equivalente de Ciudadano Kane sería Rupert Murdoch, el patrón de News Corporation, que posee decenas de canales de televisión de todo tipo, en todos los continentes; que posee decenas de periódicos en todos los continentes; que posee decenas de radios, editoriales, productoras de televisión y de cine.

Lo que hay que entender es que la comunicación (la transmisión de mensajes) es una materia prima estratégica. Las grandes industrias son industrias de la información. De igual manera que, a finales del siglo XIX, las grandes industrias eran del carbón y del acero y que, en los años cincuenta, las grandes industrias eran las del automóvil, hoy las grandes industrias son las de la información y la comunicación. Es un sector estratégico de la economía. Por consiguiente, vemos como los actores de este sector estratégico (los de la telefonía, la informática, la electricidad) están viniendo al sector de la comunicación. Antes, los periódicos (de hecho, la información en general) pertenecían a pequeñas empresas familiares (aunque eso sigue existiendo, pero cada día más amenazados si no se integran en grupos). Ahora vemos que, a escala planetaria, la dinámica dominante es la aparición de grandes grupos que, evidentemente, tienen una estrategia muy ligada a los intereses de la globalización y son muy favorables a esa concepción neoliberal de la economía. Este tipo de funcionamiento económico hace que hoy, en la información, encontremos los mismos criterios que en otra parte: profesiones muy precarizadas, una productividad muy exigente con respecto a los periodistas, una proletarianización muy acelerada de la profesión periodística. Vemos como la industria de la producción de información está sometida a criterios que aparecen en otros sectores de la economía. ¿Cuál es la consecuencia? Muchos periodistas no tienen ni el tiempo, ni los medios, ni la tranquilidad de espíritu para poder hacer las encuestas necesarias. Además, en estos grandes grupos mediáticos, hemos visto llegar industriales de otros sectores y con otras intenciones. Antes se ha mencionado a dos grupos mediáticos franceses: Dassault (que fabrica los aviones militares Mirage) y Lagardère (que fabrica los misiles franceses Matra). Dos industriales del armamento capitanean los dos grupos mediáticos más importantes de Francia. En televisión, el grupo mediático más importante en Francia es Bouygues, propietario de la cadena de televisión TF1. Es un empresario de la construcción en obra pública. No procede del sector de la información.

Se invierte aquí desde sectores muy diferentes por esa razón que he dicho antes: que la información, en el sentido amplio de la palabra, es una industria estratégica que tiene una rentabilidad en muchos aspectos (económica, ideológica y política).

Hablando de rentabilidad política, tomemos en ejemplo de Italia. En este país hay una persona que empieza a hacer fortuna en la construcción, haciendo edificios en las nuevas barriadas de las ciudades industriales del norte de Europa. Este señor se llama Silvio Berlusconi y consigue una fortuna importante. En estas barriadas, él vende los pisos pero se reserva dos cosas: los supermercados y los canales de televisión locales por cable. Esto hace que todas las personas que viven en esas barriadas sólo pueden consumir en los supermercados del señor Berlusconi y también, evidentemente, van a estar interesados por la televisión por cable que él les vende, a bajo precio, en el momento en que la RAI está empezando a perder el monopolio. Así empieza Berlusconi a constituir su fortuna y a construir su imperio mediático (teniendo, además, la primera empresa de publicidad del país). Berlusconi se transforma en la primera fortuna de Italia y una de las primeras fortunas de Europa. Con ello adquiere un poder mediático considerable. Tiene cadenas de televisión, de radio, periódicos, editoriales (como Mondadori) y, una vez que tiene el poder económico y el mediático, ¿qué hace? Se presenta a las elecciones y las gana. Berlusconi es la demostración de que, hoy en día, el poder mediático está articulado con el poder económico y que esa articulación permite la adquisición del poder político.

En el Líbano, hace unas semanas asesinaron a Rafik Hariri, que había sido primer ministro del país. ¿Cómo llegó Hariri a primer ministro? Con la reconstrucción del Líbano adquirió una

fortuna colosal, con esta fortuna adquirió el primer grupo mediático del Líbano y con todo ello fue elegido democráticamente primer ministro del país.

Actualmente, aunque todavía existen medios de resistencia -que aún mantienen una exigencia cívica- y a pesar de que en el seno del periodismo hay muchos profesionales muy conscientes de esta derivación, la tendencia dominante es que los medios están cada vez más bajo la influencia de unos grupos y que éstos están obedeciendo a una lógica que es la de la rentabilidad y la de la articulación con los poderes dominantes. Sobre la cuestión del comercio de la información quisiera decir una cosa que, aunque a veces se intuye, no se expresa concretamente. ¿En qué consiste el negocio de la información? Todos pensamos que el negocio de la información consiste en vender información a la gente. Yo vendo una información y usted paga por adquirirla. Evidentemente, eso no funciona así. Hoy en día, el comercio de la información funciona de la siguiente manera: yo no vendo información a la gente, sino que yo vendo gente a los anunciantes. Y como vendo gente a los anunciantes, necesito que la gente sea el mayor número posible. Lo cual quiere decir que la información que yo voy a dar a la gente va a ser muy fácil, muy sencilla, muy digerible, muy sensacionalista, muy espectacular. Porque cuanto más sencilla, primitiva y maniquea sea esta información, más gente la podrá consumir. Cuanto más espectacular y sensacional sea, más gente estará interesada en ella. Eso es lo que hace Rupert Murdoch en Inglaterra. Entonces, cuando haya mucha gente pendiente de mi información, lo que no debo hacer es crear obstáculos entre la información y la gente. Ni obstáculos de conocimiento ni de saber ni de dinero. Por eso, actualmente, la información se regala: han aparecido los periódicos gratuitos. Aún quedan algunos periódicos que resisten y que son gratuitos de otra manera, pero todo el mundo sabe que existen Metro, 20 minutos, etcétera. Además, en la radio y en la televisión, la información es gratuita. Evidentemente, lo que está tratando de hacer esta información es que haya, sin el mínimo obstáculo posible, el mayor número de gente pendiente de ella, para poder “vender” esta gente a los anunciantes. Lo que venden los dueños de los medios es a nosotros. Nosotros somos lo que es vendido y cuando consumimos la información, en ese momento, nos están vendiendo. Este tipo de relación es extremadamente perversa porque si yo, que soy el patrón de una empresa periodística, voy a dar esta información gratuitamente (porque mi objetivo es que haya el máximo de gente), ustedes entienden que si voy a regalar esta información no voy a gastar mucho dinero para producirla. ¿Para qué me voy a gastar millones produciendo esta información? Voy a tratar de producirla al menor coste posible porque la voy a regalar, y eso no tiene valor. Lo que tiene que tener es algunos ingredientes, de todo tipo, que tengan seducción, para que el número de gente atraída por esa información sea el mayor. De esa manera, vemos como, poco a poco, la información se está degradando y cada vez es más difícil encontrar un medio (de prensa escrita, de radio, de televisión...) que sea suficientemente exigente para decirle a tres o cuatro periodistas (como en la época del Watergate): “Pónganse ustedes a investigar, que nosotros costeamos su investigación, cueste lo que cueste y dure lo que dure”. Eso ya no lo hace nadie porque eso tiene un coste demasiado elevado y, además, esta información prácticamente se va a regalar.

Nosotros, la sociedad, estamos recibiendo una especie de escoria –que pretende ser información- pero que en la mayoría de los casos no es más que una información muy barata. No todos los medios actúan igual. Afortunadamente, en todos los países hay algunos medios que son más exigentes y periodistas muy competentes, pero la tendencia general es esa. Sin embargo, en estos momentos, no podemos afirmar que la prensa de pago resistirá a la prensa gratuita, con esta perversión que les he señalado y que es que la prensa gratuita no va a poder ofrecer información de calidad. Estamos en una situación paradójica. Hoy en día disponemos de mecanismos tecnológicos extremadamente sofisticados. Nunca ha habido tanta posibilidad

tecnológica para informar de manera satisfactoria (disponemos de satélites, de capacidad de captar toda clase de información rápidamente, con teléfonos que hacen fotografías y filman y eso se puede enviar a gran velocidad mediante un ordenador...). Por consiguiente, tenemos una tecnología extremadamente sofisticada y perfeccionada y con un número de fuentes de información que se ha multiplicado, lo cual demuestra que la libertad de expresión es total. Hay sobreabundancia de información y, sin embargo, constatamos que la información no funciona. Disponemos de una maquinaria muy sofisticada, de una variedad muy grande, pero, en realidad, los medios no están cumpliendo. Cuando se produce algo serio, o no lo ven, o no lo saben, o lo explican mal. Por ejemplo, sobre la ocupación de Irak, ¿cuál fue la información más importante? Que había torturas en la cárcel de Abu Grahib, cosa gravísima, no sólo por las torturas sino porque el país que practicaba esas torturas, nos había dicho que una de las razones de la intervención en Irak era eliminar un gobierno dictatorial que practicaba la tortura. Evidentemente, hay una contradicción. Si se va a establecer un régimen que respeta los derechos humanos practicando la tortura, hay una “pequeña” contradicción. Pero, esas imágenes de Abu Grahib, ¿las sacaron los periodistas? Había miles de ellos en Irak. Pues no. Fueron los propios soldados. O sea, que ante las mismas barbas de miles de periodistas se estaba practicando la tortura desde hacía más de un año y no lo sabían. Toda esta maquinaria tan sofisticada, no funciona y cada vez que ocurre un gran acontecimiento nos damos cuenta de ello.

De ahí viene nuestra insatisfacción como ciudadanos, de que está ocurriendo con la información, lo que ha ocurrido con la alimentación. No tiene nada que ver, pero, curiosamente, se parece. En materia de alimentación -durante mucho tiempo- en nuestras sociedades ricas, opulentas y democráticas, dominó la penuria, la escasez. En épocas difíciles hubo racionamiento. Y, de repente, a partir de los años sesenta, entramos en una sociedad de consumo (con la revolución agraria, etcétera) en que la alimentación se hizo abundante. Y ahora, globalmente, en los países desarrollados no podemos decir que la gente se muera de hambre (puede haber casos, pero no es la tónica dominante). Hay hambre en el mundo, pero no en los países desarrollados. Hemos pasado de una época en la que había hambre, en que la gente enfermaba (tuberculosis, anemias...) porque no se comía suficientemente, a una sociedad en la cual la alimentación es sobreabundante. Pero, ¿qué ocurre con esta alimentación sobreabundante? Ocurre que está contaminada, está llena de pesticidas, de aditivos. Por consumir esta alimentación tenemos otra clase de enfermedades: obesidad, problemas cardiovasculares, cáncer, etcétera. Sin olvidar la enfermedad de las vacas locas o la fiebre aviaria, etcétera. O sea, que esta alimentación tan abundante nos está matando. ¿Y qué es lo que estamos reclamando ahora con respecto a la alimentación? Estamos reclamando un cambio en la manera de alimentarnos. Muchas personas están dispuestas a pagar un poquito más para tener una alimentación sin pesticidas o que la carne que comen no proceda de vacas locas. Queremos una alimentación orgánica y cuando los compramos, vemos si contienen OGM (Organismos Genéticamente Modificados) y no queremos, prestamos cada vez más atención a lo que comemos porque sabemos que el problema no es comer o no comer. El dilema es: comer con garantías de que esa comida no nos va a hacer daño o comer sin esas garantías.

Con la información está sucediendo lo mismo. En España, hemos pasado de una dictadura sin información (o con una información bajo estricto control), a esta situación actual (que es característica de todas las sociedades democráticas) que es la sobreabundancia de información. Nos damos cuenta de que disponemos de mucha información, pero que está contaminada, con muchas mentiras, con muchos silencios y cosas que se ocultan. Una información que, en realidad, nos está desinformando y no nos está ayudando a entender lo

que sucede. Me doy cuenta de que dispongo de una información que no sólo no me ayuda sino que, a veces, me engaña. Entonces, ¿qué es lo que estamos reclamando, sin saberlo? Pues estamos reclamando una información orgánica. Quiero tener la posibilidad de ir a un quiosco, igual que voy a una tienda de productos orgánicos, y decir: “Quiero un periódico orgánico, sin mentiras, sin engaños, que diga la verdad, etcétera”. Por ahora no puedo hacerlo, porque no existe. Pero, en realidad, eso es lo que estamos reclamando, porque cada uno de nosotros sabe que de la calidad de la información depende la calidad de la democracia, y eso es de capital importancia y por ello que estamos tan preocupados.

Muchas gracias por su atención.