

**EDITORIAL****El cáliz de fuego**

Diciembre 2005

SECCIONES

días de radio

El precio de la radio

Fernando Mejía, Diciembre 2005

dineros

¿Y si Telmex quiere TV?

José Yuste, Diciembre 2005

ciberia

La improvisación del e-México

Antulio Sánchez, Diciembre 2005

zapeo

Momentos televisivos del año

Francisco Báez, Diciembre 2005

curul

Medios públicos

Felipe Vicencio Álvarez, Diciembre 2005

textos

Como actos de fe

Mario A. Campos, Diciembre 2005

guía de perplejos

Ejecución en primera plana

José Luis Durán King, Diciembre 2005

frecuencia

Carta abierta al Presidente

AMARC-México, Noviembre 2005

primera plana

Política exterior de la prensa

Julio Chávez Sánchez, Diciembre 2005

Casa de citas

Diciembre 2005

**COLUMNAS**

estrategias

Ahí viene la plaga

José Carreño, Diciembre 2005

butaca

Hacienda boicotea al cine

Victor Ugalde, Diciembre 2005

TERRITORIOS**ensayo**

junio 2002

**Revolución digital y globalización**

(Primera parte)

Ignacio Ramonet

Tal vez, la revolución digital sea más importante que la invención de la imprenta, pues una imagen, un texto y un sonido que se difunde por Internet llega, instantáneamente, a cualquier parte del planeta. Al respecto, Ignacio Ramonet sostiene que la inmediatez de la comunicación inmaterial ha permitido al sector financiero la enorme capacidad y desarrollo con el que cuenta hoy en día. Por ello, la globalización económica, dice el director general de Le Monde Diplomatique, "no hubiese sido posible sin la aparición de la Web".



Ilustración: Time

algunas comparaciones con lo que ocurre aquí, pero que yo no conozco bien, no soy un especialista de la situación de los medios de comunicación en Venezuela.

La temática de los medios de comunicación interesa tanto y cada vez más, quizá porque estemos viviendo un cambio importante en las características de la información y por un cambio importante en la disposición de los medios. Sobre esto quisiera insistir: los medios de comunicación se transforman cuando se modifican una serie de parámetros, y a veces basta que uno solo se modifique para que los medios cambien. Desde hace diez años estamos viviendo una modificación de tres parámetros o dimensiones importantes que caracterizan a la información: tecnológicas, económicas y retóricas.

Las tecnológicas se refieren a las llamadas nuevas tecnologías de la información y de la comunicación, las cuales, desarrolladas desde finales de los años 80, han invadido nuestra manera de comunicar desde hace cinco o seis años. Se trata de Internet, de la revolución digital.

El cambio al cual estamos asistiendo, no sólo es de tipo geopolítico, geoeconómico y comunicacional, sino que a veces todo esto está

Quisiera agradecer la invitación que me ha hecho el Fondo de Garantías de Depósitos y Protección Bancaria (Fogade), en nombre de su presidente, Rómulo Henríquez, y agradecerle sus palabras, y esta invitación en el marco del XVII aniversario.

Quisiera centrarme en las características de la información y en sus desvíos y errores más comunes. Evidentemente lo que digo se aplica a la información en general, en escala nacional y en particular a las regiones que mejor conozco, que son los países democráticos desarrollados, aunque yo asumo que ustedes podrán hacer

PRINCIPAL

30 DE DICIEMBRE DE 2005

Nuestras cifras

A partir del
16 de julio de 2003

Terra Networks certifica

Enero 2006**PRÓXIMAMENTE****números anteriores****QUERIDO DIARIO****Besos de película****DOCUMENTOS****IFE. Primer monitoreo de medios previo a las campañas electorales federales**

Diciembre 2005

CÓDIGOS DE ÉTICA**TV Azteca****Televisa****LOS DÍAS Y LOS MEDIOS**

Diciembre 2005

**DEBATE**

¿Qué opina de las modificaciones que la Cámara de Diputados hizo a la Ley Federal de Radio y Televisión?

SONDEO

¿Está de acuerdo con las modificaciones que la Cámara de Diputados hizo a la Ley Federal de Radio y Televisión?

Sí

No

No sé

VER RESULTADOS

Cruel en el cartel Iván de la Torre, Noviembre 2005
ENSAYOS
El mejor oficio del mundo Gabriel García Márquez, Noviembre 2005
¿Son necesarios los periódicos? Miguel Ángel Bastenier, Noviembre 2005
INFORMES
¿Qué diablos es el periodismo border? Cicco, Diciembre 2005
CONVERSACIONES
Los 11 permisos son el comienzo Steve Buckley, Noviembre 2005
La marea negra Ignacio Ramonet, Noviembre 2005
RECuento
Los arrestos de Arreola Junio 2005
CUENTOS
Mariachi Juan Villoro, Noviembre 2005
ARCHIVO DE LA SEMANA
Lo público y lo privado Luis González de Alba, 14 de marzo, 2005
CARTAS
Canal 40, aciertos y errores Diciembre 2005
Al servicio de la comunidad Diciembre 2005
Agradecimiento de etcétera Diciembre 2005
HORRORES
¡Ni Matusalem! Diciembre 2005
COSAS QUE PASAN
La risa en vacaciones Noviembre 2005
DATA
Diciembre 2005
AGENDA
El gasto en publicidad del Estado de México Diciembre 2005
Proceso y López Obrador Diciembre 2005
Notimex, reforma en puerta Diciembre 2005
El cristal de Trujillo Diciembre 2005
Una de vaqueros Diciembre 2005
Canal 22: ¿Y dónde está el piloto? Diciembre 2005

íntimamente mezclado. Por ejemplo, si reflexionamos sobre el plano geopolítico, diríamos que estamos en un mundo nuevo geopolíticamente hablando desde la caída del Muro de Berlín.

El Muro de Berlín marca el final de un ciclo, la Segunda Guerra Mundial o postguerra, la guerra fría, etcétera. Pero a la vez, 1989, cuando cae el Muro de Berlín, es la fecha de invención de la Web. Es decir, que Internet nace en el gran público en 1989, igual que la caída del Muro de Berlín; ahí hay sincronía por los azares de la historia, pero hay sincronía entre los dos fenómenos, lo cual no significa que nosotros que usamos Internet lo utilizamos desde 1989. Las personas que están aquí, y cada uno de nosotros hace un pequeño examen de conciencia: ¿desde cuándo utilizo Internet? Pues ustedes observarán que hay pocas personas que usan Internet o han utilizado antes del 95; vamos a decir que Internet es para un público alfabetizado, para personas que trabajan en medios de comunicación o son profesores y estudiantes o dirigentes o cuadros de empresas, etcétera. Para ese segmento de la sociedad que en muchos países no representa más que unos puntos de porcentaje de la sociedad, esa práctica es muy reciente. A veces tenemos la idea de que usamos Internet desde siempre pero no es verdad, usamos Internet desde hace cinco o seis años como máximo y más allá es la prehistoria de Internet.

Ahora, quizá no hayamos tomado conciencia de que esta revolución digital constituye realmente un cambio muy importante. ¿En qué medida lo es? Creo que cada uno puede entender bien y en definitiva inconscientemente todos lo sabemos. Hasta ahora para comunicarse se utilizan tres sistemas de signos: la voz, la palabra, la lengua. El lenguaje, usamos la escritura con el sistema de letras que caracteriza letras y palabras. Por otra parte, utilizamos la imagen para comunicar; la imagen es muy antigua pues la encontramos en las pinturas rupestres; la lengua pensamos que ha aparecido hace muchísimo tiempo; es una de las prácticas de la hominización, de la constitución del ser humano en tanto que distinto del ser animal, y la escritura es probablemente el más reciente que aparece hace cinco mil años.

Pero hasta ahora, para comunicar cada uno de esos sistemas necesitaba un conjunto de instrumentos tecnológicos que le eran propios a la imagen o al sonido o a la escritura. Por ejemplo, la escritura tiene todo su aparato como el mismo del sistema sonoro, por ejemplo, yo mismo me estoy comunicando con ustedes a través de una tecnología sonora, que es el micrófono, una invención alemana de los años 20 y, por consiguiente, es un sistema, pero ustedes observan que sólo funciona con el sonido. Es decir, yo, por este micrófono no podría enviar una imagen que vendría a colocarse aquí, o enviar un texto.

En cambio, cuando surge la revolución digital, este fenómeno permitirá el descubrimiento de Internet (se produce en los años 70, 80); la diferencia es que ahora por el mismo tubo puedo enviar un texto, una imagen y un sonido, porque en realidad lo que envío, cuando mando un sonido por el tubo digital, es una transformación del sonido en ceros y unos -un sistema binario- y cuando mando una imagen es igual y cuando mando un texto es igual, lo cual hace que tecnológicamente no hay ya distinción, el sistema de reproducción no sabe distinguir entre un sonido, un texto y una imagen.

Para el sistema, para la tubería, para el aparato que me permite comunicar una imagen, un texto y un sonido es lo mismo; esto es radicalmente nuevo. Por eso se dice que esta revolución digital es tan importante como la invención de la imprenta.

La revolución digital quizá sea más importante que la imprenta, en términos de difusión de la comunicación, de rapidez de la difusión, porque ahora estamos en la instantaneidad. Una imagen, un texto y un sonido que se difunde por Internet llega al planeta entero instantáneamente, porque no hay ningún lugar de la Tierra que esté más alejado de una fracción de segundos de cualquier otro lugar del planeta, porque es muy pequeño para la velocidad de la luz. Esta conferencia la podríamos difundir por Internet y se podría ver en directo en Australia sin ninguna



FOTO DEL MES



A la venta en librerías

LIBROS

Scherer, *Proceso* y Fox

EXPEDIENTES

CINE

INTERNET

PRENSA

RADIO

TELEVISIÓN

MEMORIA

Hace tres años y dos meses el gobierno cedió ante los concesionarios

AUTORES

LOS TEMAS

CNI-CANAL 40

ÉTICA Y CINISMO

LEGISLACIÓN SOBRE MEDIOS

LIBERTAD DE EXPRESIÓN

MEDIOS Y CONCESIONES

MEDIOS Y DEMOCRACIA

MEDIOS Y GOBIERNO

OBSERVATORIO DE MEDIOS

RADIOS COMUNITARIAS

SOBRE MEDIOS EN OTROS MEDIOS

MÁS TEMAS



QUIÉNES SOMOS

RECOMENDAMOS

UN CÓDIGO DE ÉTICA PARA LOS MEDIOS MEXICANOS opinan nuestros lectores

Acuerdo IFE-CIRT a la vista

Diciembre 2005

Magia negra

Diciembre 2005

"Ahí publicalo como si fuera tuyo"

Diciembre 2005

Guía de padres

Diciembre 2005

nuevo
periodismo

FUNDACIÓN NUEVO PERIODISMO IBEROAMERICANO

dificultad y sin gran costo, además estaríamos enviando imágenes, textos y sonidos.

Esto evidentemente es una gran transformación de todo el ambiente de la comunicación, ¿en qué sentido? Por ejemplo, hoy a escala internacional, el acontecimiento principal que está ocurriendo es la globalización económica. Pero la globalización no hubiese sido posible sin la revolución digital, porque ésta ha permitido la construcción de una infraestructura de comunicación, lo que llamamos las autopistas de la información, que han permitido que la comunicación inmaterial y la transmisión de datos inmatriciales sea inmediata y se haga muy importante, lo cual permite al sector financiero tener esa capacidad y desarrollo que ha adquirido últimamente, porque las informaciones financieras circulan a la velocidad de la luz por las infraestructuras de la comunicación, mientras que las producciones de la economía tradicional, por ejemplo el petróleo, tiene que circular de manera material, infinitamente más lenta. Si ustedes exportan petróleo eso se transporta en un barco petrolero que viajará a una velocidad más lenta, pero si exportan un valor de una empresa venezolana, ese valor va a circular por Internet a la velocidad de la luz y, evidentemente, los ahorros, así surgen los fondos de pensiones, la globalización financiera, eso no hubiese sido posible sin la existencia de la revolución digital.

Cada gran revolución económica, como la industrial, está acompañada de un sistema de comunicación, igual que la gran transformación del siglo XV se vio acompañada del desarrollo de las carabelas, de la misma manera la revolución industrial está aparejada del desarrollo del ferrocarril, sistema de comunicación característico de la era industrial y de la revolución económica.

Esta segunda revolución capitalista que estamos viviendo con la globalización económica son las autopistas de la comunicación. Las carreteras, los ferrocarriles, la navegación eran vías de comunicación y la comunicación son intercambios de mensajes, como aseguraba McLuhan. Hoy de nuevo no hay diferencias entre los dos. Por las autopistas de la comunicación circulan mensajes, finanzas e intercambios principales.



Foto: *El País Semanal*

Piensen que cada día se intercambian dos mil millones de dólares por la autopista de la comunicación en el valor financiero, si consideramos la economía mundial, 5% de los intercambios económicos internacionales son de la economía material, la que produce trigo, automóviles, petróleo y 95% son intercambios puramente inmatriciales y financieros, valores, divisas; esencialmente las divisas, que se compran y se venden, circulan gracias a la transformación de la comunicación.

En realidad, cada vez hay menos distinción entre el universo de la economía y el universo de la comunicación. La primera consecuencia -ya no hay una tecnología específica para la escritura, para el sonido, para la imagen- es que ha tenido una serie de consecuencias en el ámbito de las empresas de comunicación.

Por ejemplo, una serie de aparatos de comunicación que antes eran especializados: un teléfono hasta hace diez años era un aparato de comunicar pero sólo servía para intercambiar sonidos. El aparato estaba especializado, no tenía utilidades en otros campos de la comunicación, y si ustedes observan hoy sus aparatos telefónicos, fijos o móviles, tienen una pantalla y en ésta aparecen textos e imágenes. Es decir, que un aparato telefónico ya no está especializado en el sonido; sino en el sonido, en la imagen y en el texto; es decir, los tres sistemas de comunicación más dominantes.

De ahí que en el plano económico, respecto de las empresas que dominan o están presentes en el sector de la comunicación, cada vez es más difícil saber lo que es una empresa de comunicación, en el sentido económico de la palabra. ¿Dónde empieza y termina la economía de la comunicación? Si nos hubiésemos planteado esta pregunta hace diez o 15 años, la respuesta hubiese sido, pues hay industrias de la prensa escrita: papel y texto. Hay industrias de la comunicación oral, la radio, por ejemplo, o el disco y hay industrias de la comunicación mediante imagen:

la televisión o el cine.

Piensen que la gran reflexión sobre la economía de la comunicación y sus relaciones con el poder político es una película de Orson Welles: *El ciudadano Kane*, película que Welles rueda en 1941 y donde en realidad éste se está refiriendo a un magnate de la comunicación estadounidense pero que existió al final del siglo XIX: Randolph Hearst; es decir, Orson Welles, un creador del siglo XX, va a utilizar como ejemplo mismo de lo que es la dominación de la comunicación y el poder que tiene ésta en una sociedad democrática a un personaje que existió realmente a finales del siglo XIX.

El modelo Hearst era válido para Welles y podríamos decir que prácticamente hasta los años 80; hoy, *El ciudadano Kane* se sigue exhibiendo en los cineclubs o por TV como el ejemplo mismo de lo que la dominación de los medios puede conllevar como orgullo político, como influencia de manipulación de las mentes, etcétera. Pero, ¿hay alguna comparación posible entre el modelo Kane y la realidad de hoy? Evidentemente no. ¿Por qué?, ¿quién es Kane?, o ¿quién era Randolph Hearst? Era una persona que poseía sólo periódicos, en un solo país: Estados Unidos. Es decir, tenemos a un grupo, a una persona, una empresa que posee un solo tipo de comunicación.

Eso no tiene relación con lo que es la economía de la comunicación hoy. Por ejemplo podríamos comparar a Welles con los grupos mediáticos de hoy: al Grupo Murdoch, a Rupert Murdoch, al grupo Taiwan, American Airlines y Taiwan. Podríamos comparar al grupo Vivendi-Universal, con el Grupo Walt Disney, por ejemplo. Pero si comparamos a Murdoch, ¿qué vemos? Pues Murdoch es alguien que evidentemente posee periódicos, pero no en un país, sino en tres continentes: Asia, Europa, Estados Unidos y América Latina. Pero no sólo tiene periódicos, Murdoch posee también estaciones de radio, compañías disqueras, estudios de televisión -la FoxTV- estudios de producción cinematográfica, la Twentieth Century Fox, editoriales, revistas, toda la comunicación posible y no en un país sino en muchos y, por consiguiente, los tres sectores. ¿Por qué?, porque no hay diferencia entre los tres sectores; porque el que produce una novela con su casa editorial, también puede tomar esa novela y hacer una serie de televisión, porque tiene su estudio de televisión. Es lo mismo y la va a difundir por sus canales, etcétera, y estará presente en Internet.



Foto: Cristina Ortega

Sin embargo, Murdoch aún es un vendedor de contenidos. Pero podríamos decir que en Estados Unidos General Electric que tiene una empresa de electricidad, es evidentemente un gran actor de la vida comunicacional porque controla cadenas de televisión, casas editoriales, controla radios.

De igual manera, ahora una compañía telefónica puede ser propietaria de cadenas de televisión como Haster y Como; la Telefónica española de cadenas de televisión puede ser propietaria de todo un sistema de comunicación donde hay escritos, textos e imágenes.

Evidentemente, el videojuego es una comunicación, es un mensaje nuevo aparecido con la revolución digital. Es decir, vemos llegar sectores que hasta ahora estaban fuera de la economía de la comunicación y ahora son actores importantes de la comunicación, pero que vienen de lo que antes se llamaba el hardware, es decir, la producción de sistemas industriales; ahora las compañías eléctricas, telefónicas, informáticas; pero también el sector bancario el sector de seguros, etcétera, intervienen en la comunicación como un actor importante. No sabemos ahora dónde se termina la economía de la comunicación. Por ejemplo, los fabricantes de satélites están dentro de la comunicación. ¿Por qué? Porque se usa para los teléfonos. Nueve satélites sobre diez son de telecomunicación; éstos aseguran dicho sistema. Los fabricantes de estos satélites están en la economía de la comunicación. Por extensión, los fabricantes de los cohetes que colocan a los satélites en órbita también están en ese campo. Antes pensábamos que los fabricantes de cohetes estaban en la industria militar. Hoy hay que considerarlos como parte del amplio cerco de la economía comunicacional.

Hemos visto cómo la transformación del parámetro tecnológico, el hecho de que hayamos pasado de sectores muy diferenciados tecnológicamente -escrito, oral, imagen-. El hecho de que hayamos pasado la revolución digital donde ya no hay fronteras entre esos tres sectores ha hecho que tampoco haya fronteras en el campo económico y aparezcan nuevos actores extremadamente poderosos, más poderosos que los anteriores. Ahora hay grupos mediáticos, grupos que poseen medios en muchos países y que tienen capacidad de dominar, por ejemplo, como la CNN, porque es un medio de comunicación que pertenece a uno de los grandes grupos de comunicación del mundo. America On Line, que ha comprado Time-Warner.

Por consiguiente, en un país que no es donde reside el centro de esta empresa, por ejemplo Venezuela, se están viendo imágenes producidas por ese centro como se ven en el mundo entero. Hay grupos cuya capacidad de intervención planetaria es muy importante, si ya *El ciudadano Kane* nos impresionaba, por su capacidad de manipular e influenciar la opinión (recuerden que Randolph Hearst, el modelo, fue uno de los que más influyeron en la intervención militar en Cuba, Puerto Rico y Filipinas en 1898), imagínense la influencia que pueden tener estos grupos mediáticos a escala planetaria, cómo pueden transformar las cosas, presentarlas diferentemente en función de sus intereses que son amplios.

No digo que lo hagan en tal caso, pero pueden hacerlo, y pesan de manera muy importante para ejercer censura política, moral y, ahora, además, económica; la censura en función de los intereses del propio grupo planetario que son muy diversos y que va a tratar de proteger.

Por eso se han multiplicado las fusiones y las concentraciones. Estos grupos nacen porque compran a los pequeños. Tienen capacidad y cuanto más adquieren a los pequeños más capacidad tienen para adquirir empresas pequeñas; además en función de esta propia tecnología, la soberanía nacional en términos de control de la información no tiene gran sentido. Imaginemos un gobierno que quisiera prohibir, limitar, mantener fuera de su espacio territorial a las imágenes, los discursos, las comunicaciones que viniesen del exterior; hoy no podría hacerlo o muy difícilmente. Ningún país tiene soberanía comunicacional. Es algo que se ha perdido, porque las imágenes vienen de fuera y son fáciles de captar. Los países más autoritarios, China, por ejemplo, no pueden evitar que las imágenes del exterior penetren no sólo ya mediante Internet sino también a través de las antenas parabólicas, fáciles de fabricar de manera artesanal.

Ignacio Ramonet es director general de *Le Monde Diplomatique*.

Versión de la conferencia que dictó en Caracas, Venezuela, el 4 de abril, en la celebración del XVII aniversario del Fondo de Garantías de Depósitos y Protección Bancaria, Fogade. Agradecemos al autor haber autorizado la publicación del texto.

sigue



ensayo

julio 2002

EDITORIAL

El cáliz de fuego

Diciembre 2005

SECCIONES

días de radio

El precio de la radio

Fernando Mejía, Diciembre 2005

dineros

¿Y si Telmex quiere TV?

José Yuste, Diciembre 2005

ciberia

La improvisación del e-México

Antulio Sánchez, Diciembre 2005

zapeo

Momentos televisivos del año

Francisco Báez, Diciembre 2005

curul

Medios públicos

Felipe Vicencio Álvarez, Diciembre 2005

textos

Como actos de fe

Mario A. Campos, Diciembre 2005

guía de perplejos

Ejecución en primera plana

José Luis Durán King, Diciembre 2005

frecuencia

Carta abierta al Presidente

AMARC-México, Noviembre 2005

primera plana

Política exterior de la prensa

Julio Chávez Sánchez, Diciembre 2005

Casa de citas

Diciembre 2005



COLUMNAS

estrategias

Ahí viene la plaga

José Carreño, Diciembre 2005

butaca

Hacienda boicotea al cine

Víctor Ugalde, Diciembre 2005

TERRITORIOS

Esto crea una especie de desconfianza en la sociedad respecto de los medios. La riqueza principal que tienen los medios de comunicación es su credibilidad, eso es lo que venden. Se les compra porque son confiables, si no lo fueran para qué consumirlos, o para qué ver tal programa de televisión o escuchar radio si no le tenemos confianza al periodista o al medio. Es su principal capital, sin embargo, a escala internacional se está dilapidando con fenómenos extremadamente importantes que estamos viendo aparecer en nuestras sociedades donde los medios nunca habían sido tan abundantes; donde nunca antes habían dominado tanto a la sociedad; hasta el punto de que en las sociedades modernas, con la globalización, los principales poderes son el económico y el mediático. El poder político está en tercer lugar, y el poder económico, cuando se alía al mediático es una enorme palanca capaz de hacer temblar al poder político.

Esta es una certeza, aunque a veces sigan presentándonos la realidad de manera diferente; por más que sea democráticamente escandaloso, porque el poder político en las democracias es elegido en las urnas y libremente, y el poder mediático o el económico no, pero tienen más legitimidad que el poder político. La mundialización ha creado esta realidad. Cómo nos damos cuenta de que las sociedades están desconfiando de los medios, pues no están creyendo en éstos, contrariamente a lo que los medios piensan.

Por ejemplo, cuando uno observa cómo funciona la información en las dictaduras más feroces; cómo funcionó la información en el estalinismo; cómo funcionó en el fascismo, en esos sistemas la comunicación estaba totalmente controlada por el poder, no había contrainformación.

Otro ejemplo, en los últimos años de la Unión Soviética, los samisdat y una serie de octavillas pudieron circular. Lo que se manifiesta en una sociedad dominada mediáticamente es una forma de contrainformación muy rudimentaria, arcaica, pero muy eficaz.

Lo que surge en una sociedad dominada es dos formas de resistencia en materia de comunicación: humor y rumor. El humor, porque en la sociedades más dominadas mediáticamente es donde más chistes se hacen a expensas del dictador o del aparato de dictadura; en los sistemas más autoritarios es donde más rumores circulan. El rumor, en definitiva, es una información no fundada, no verificada, pero precisamente por eso no puede ser desmentida de manera fácil y circula sin ningún control.

Es un mecanismo para una población dominada sin posibilidad de leer o de escuchar otra versión, más que la que proporciona el poder, como hizo la Iglesia en la época de la Inquisición. Cuando hay una información controlada, la resistencia se hace con el rumor y el humor.

En la actualidad, en el mundo hay tantos medios que eso genera sobreabundancia de información. Hay centenares de cadenas de televisión que ver; cadenas de radio que pueden escucharse, centenares de sitios en Internet, gratuitamente se pueden consultar tres mil 500 periódicos, si se saben muchos idiomas. Es decir, hay un abanico de medios de comunicación muy importantes, sin embargo, ¿cuál es la característica en este momento a nivel internacional? Es el surgimiento del rumor.

El rumor ha vuelto a aparecer en nuestras sociedades de manera espectacular, como prueba el hecho de que aun con la aparente libertad de los medios de comunicación, los ciudadanos están convencidos de que los medios mienten; de que están dando una versión que les conviene a

PRINCIPAL

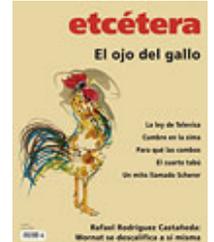
30 DE DICIEMBRE DE 2005

Nuestras cifras

 A partir del
16 de julio de 2003

Terra Networks certifica

Enero 2006



PRÓXIMAMENTE

números anteriores

QUERIDO DIARIO



Besos de película

DOCUMENTOS

IFE. Primer monitoreo de medios previo a las campañas electorales federales

Diciembre 2005

CÓDIGOS DE ÉTICA

TV Azteca

Televisa

LOS DÍAS Y LOS MEDIOS

Diciembre 2005



DEBATE

¿Qué opina de las modificaciones que la Cámara de Diputados hizo a la Ley Federal de Radio y Televisión?

SONDEO

¿Está de acuerdo con las modificaciones que la Cámara de Diputados hizo a la Ley Federal de Radio y Televisión?

Sí

No

No sé

VER RESULTADOS

Cruel en el cartel Iván de la Torre, Noviembre 2005
ENSAYOS
El mejor oficio del mundo Gabriel García Márquez, Noviembre 2005
¿Son necesarios los periódicos? Miguel Ángel Bastenier, Noviembre 2005
INFORMES
¿Qué diablos es el periodismo border? Cicco, Diciembre 2005
CONVERSACIONES
Los 11 permisos son el comienzo Steve Buckley, Noviembre 2005
La marea negra Ignacio Ramonet, Noviembre 2005
RECuento
Los arrestos de Arreola Junio 2005
CUENTOS
Mariachi Juan Villoro, Noviembre 2005
ARCHIVO DE LA SEMANA
Lo público y lo privado Luis González de Alba, 14 de marzo, 2005
CARTAS
Canal 40, aciertos y errores Diciembre 2005
Al servicio de la comunidad Diciembre 2005
Agradecimiento de etcétera Diciembre 2005
HORRORES
¡Ni Matusalem! Diciembre 2005
COSAS QUE PASAN
La risa en vacaciones Noviembre 2005
DATA
Diciembre 2005
AGENDA
El gasto en publicidad del Estado de México Diciembre 2005
Proceso y López Obrador Diciembre 2005
Notimex, reforma en puerta Diciembre 2005
El cristal de Trujillo Diciembre 2005
Una de vaqueros Diciembre 2005
Canal 22: ¿Y dónde está el piloto? Diciembre 2005

éstos pero que no es la versión real de los hechos. Existe la idea de que los medios mienten, de que en este sistema tan liberal donde estamos es una forma de dictadura.

Sólo así se puede explicar el éxito de los rumores que han aparecido por Internet y conviene denunciar, porque lo único que los ciudadanos deben defender es la verdad. Por ejemplo, apenas habían ocurrido los atentados del 11 de septiembre, inmediatamente corrió el rumor por Internet de que las imágenes presentadas por las cadenas de televisión estadounidenses grabadas en Palestina, donde se veía a un grupo de jóvenes festejando, saltando de alegría por los atentados de las Torres Gemelas, donde murieron miles de personas, esas imágenes impactaron mucho a un sector de la opinión pública internacional y por Internet circuló la información de que las cadenas de televisión estadounidenses mentían porque esas imágenes de palestinos regocijándose de los atentados son falsas, que se difundieron sólo para que los ciudadanos estadounidenses odien más a los palestinos, esas imágenes, decía esta con trainformación, se grabaron en 1991 durante la Guerra del Golfo, cuando Sadam Hussein envió scuds sobre Israel, los palestinos celebraban este envío de cohetes sobre Israel. Esta información circuló terriblemente por todas partes, incluso muchos intelectuales serios la retomaron como la demostración de que el sistema no funciona. Pero esta contrainformación era falsa. Se pudo demostrar que se grabaron ese día, en qué calle, los operadores testimoniaron, se hizo una encuesta rigurosa y se demostró que esa información era verídica. Lo interesante es que hubo mucha desconfianza hacia una información verdadera, lo cual indica que no hay credibilidad.

Otro rumor que ha circulado por el mundo es que los servicios secretos israelíes, el Mossad, advirtieron la víspera del atentado del 11 de septiembre a los judíos que trabajaban en las Torres Gemelas de que no fueran a trabajar ese día, porque se iba a producir el atentado, por esa razón no hubo judíos porque fueron avisados. Mucha gente lo creyó y se argumentó como la prueba de que el 11 de septiembre era una maquinación de Estados Unidos o Israel. Obviamente también era falsa la información. No sólo eso sino que además es de carácter antisemita. Desgraciadamente, entre las víctimas de las Torres Gemelas hubo judíos como personas de otras confesiones y nacionalidades.



Foto: Newsweek

Lo interesante es por qué una información falsa adquiere credibilidad frente a todo el aparato mediático dominante. Es otra prueba de la ausencia de credibilidad.

En Francia, un libro ha vendido en dos semanas 130 mil ejemplares, cosa que no se ha visto en la historia de la edición francesa desde hace 50 años, se llama *La espantosa superchería* y trata de demostrar que los sucesos del 11 de septiembre, en el atentado del Pentágono no hubo ningún avión que se estrellara contra ese edificio. En la portada hay una fotografía con una leyenda: "El 11 de septiembre ningún avión se estrelló contra el Pentágono, la espantosa superchería". Esta información, que puede sorprendernos porque hemos visto esas imágenes, se basa en el hecho de que no hay rastros de avión, que cualquier fotografía que se presente de ese accidente no muestra ningún rastro por pequeño que sea -dice el autor- y que se pueden consultar decenas de sitios de Internet donde está demostrado que eso es un atentado organizado por el Ejército de EU para encontrar un pretexto para hacer la guerra a Afganistán.



Pienso, aunque el autor es relativamente respetable, que esa tesis es igual a la del caso Roswell, la del personaje de Marte que está escondido en algún lugar, es una tesis similar a aquellas que pueden desarrollar la serie de televisión *X Files*, de tipo conspirativo.

Es interesante que ese libro -porque el autor apareció en televisión- haya vendido 130 mil ejemplares. Hoy el sistema de comunicación dominante ha alcanzado tal fuerza que muchos ciudadanos se sienten sometidos, aplastados por esa dominación y la credibilidad del sistema pierde fuerza.

FOTO DEL MES



A la venta en librerías

LIBROS

Scherer, *Proceso* y Fox

EXPEDIENTES

CINE

INTERNET

PRENSA

RADIO

TELEVISIÓN

MEMORIA

Hace tres años y dos meses el gobierno cedió ante los concesionarios

AUTORES

LOS TEMAS

CNI-CANAL 40

ÉTICA Y CINISMO

LEGISLACIÓN SOBRE MEDIOS

LIBERTAD DE EXPRESIÓN

MEDIOS Y CONCESIONES

MEDIOS Y DEMOCRACIA

MEDIOS Y GOBIERNO

OBSERVATORIO DE MEDIOS

RADIOS COMUNITARIAS

SOBRE MEDIOS EN OTROS MEDIOS

MÁS TEMAS



QUIÉNES SOMOS

RECOMENDAMOS

UN CÓDIGO DE ÉTICA PARA LOS MEDIOS MEXICANOS opinan nuestros lectores

Acuerdo IFE-CIRT a la vista

Diciembre 2005

Magia negra

Diciembre 2005

"Ahí publicalo como si fuera tuyo"

Diciembre 2005

Guía de padres

Diciembre 2005



Cada vez hay más ciudadanos que consideran que el sistema mediático dominante, por sus propios errores, por la multiplicación de sus mentiras y exageraciones, por su falta de rigor está acreditando una contrainformación que puede ser más peligrosa que la información dominante, pone en peligro el carácter de la democracia.

Ignacio Ramonet es director general de *Le Monde Diplomatique*.

Versión de la conferencia que dictó en Caracas, Venezuela, el 4 de abril, en la celebración del XVII aniversario del Fondo de Garantías de Depósitos y Protección Bancaria, Fogade. Agradecemos al autor haber autorizado la publicación del texto.

[anterior](#)




EDITORIAL
El cáliz de fuego

Diciembre 2005

SECCIONES
días de radio
El precio de la radio

Fernando Mejía, Diciembre 2005

dineros
¿Y si Telmex quiere TV?

José Yuste, Diciembre 2005

cibería
La improvisación del e-México

Antulio Sánchez, Diciembre 2005

zapeo
Momentos televisivos del año

Francisco Báez, Diciembre 2005

curul
Medios públicos

Felipe Vicencio Álvarez, Diciembre 2005

textos
Como actos de fe

Mario A. Campos, Diciembre 2005

guía de perplejos
Ejecución en primera plana

José Luis Durán King, Diciembre 2005

frecuencia
Carta abierta al Presidente

AMARC-México, Noviembre 2005

primera plana
Política exterior de la prensa

Julio Chávez Sánchez, Diciembre 2005

Casa de citas

Diciembre 2005


COLUMNAS
estrategias
Ahí viene la plaga

José Carreño, Diciembre 2005

butaca
Hacienda boicotea al cine

Víctor Ugalde, Diciembre 2005

TERRITORIOS
ensayo

julio 2002


En medios, ausencia de credibilidad

(Segunda y última parte)

Ignacio Ramonet

La rapidez es una característica relevante en la revolución digital. La información debe ser consumida rápidamente, es decir, no importa cuál es el valor de la información que va a tratar de darse

en un espacio breve. Por ejemplo, si es la prensa escrita, se expresará no sólo con palabras muy sencillas sino con frases muy cortas. Los títulos van a hacer casi una síntesis de lo que dice el texto.

Las noticias, pocas de éstas, tendrán más de dos o tres cuartillas y, evidentemente, en dos o tres cuartillas hay muy pocas cosas que se pueden explicar. Es decir, la idea está en fraccionar la información; la concepción metonímica de la información obedece a la idea de que el lector no sufra consumiéndolo.



Otro ejemplo, en los telediarios todos los estudios demuestran que la duración media de una información es de alrededor de un minuto; no se pueden explicar tragedias como la del Oriente Medio o la del 11 de septiembre en tan poco tiempo. Se puede consagrar a veces un amplio desarrollo cuando hay una información espectacular, pero de manera normal se le da muy poco tiempo.

Otra característica es cómo la información se describe de manera maniquea, dicha rápidamente; busca un objetivo emocional, suscitar emociones, por ejemplo, hacer reír o llorar. La información está hecha para distraer, es cada vez más una forma de distracción.

En un periódico puede que haya información seria pero la inmensa masa de la información son distracciones. La información tradicional, del tipo *People*, se ha desarrollado demasiado: sucesos, dramas han alcanzado un enorme espacio en la información.

En realidad, se trata de construir información sencilla, rápida y distractiva. Esta es una característica general y universal. La prensa estadounidense o sus medios son, en cierta medida, el modelo y el motor de este tipo de paradigma que se está imponiendo en el mundo. Cuando reflexionamos acerca de la importancia de la información en una sociedad con vocación de formar conciencia ciudadana, de construir un sentimiento cívico, de cohesión social o nacional, evidentemente hay una inmensa distancia entre ese proyecto que podemos atribuirle teóricamente a la información y la práctica cotidiana de lo que podemos constatar en la mayoría de nuestros países de esta práctica periodística. Es muy preocupante cuando nos preguntamos: ¿qué es un discurso cuyas características principales son la sencillez elemental, la rapidez y la distracción? La respuesta es: ése es un discurso infantil. Porque sólo a los niños se les habla con un lenguaje muy limitado para que entiendan. No se utilizan conceptos filosóficos presocráticos, no entenderían; tampoco se utiliza un discurso que dure varias horas, porque se cansan. No se le

PRINCIPAL

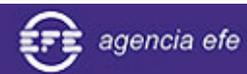
30 DE DICIEMBRE DE 2005

Nuestras cifras

 A partir del
16 de julio de 2003

Terra Networks certifica

Enero 2006

PRÓXIMAMENTE
números anteriores
QUERIDO DIARIO

Besos de película
DOCUMENTOS
IFE. Primer monitoreo de medios previo a las campañas electorales federales

Diciembre 2005

CÓDIGOS DE ÉTICA
TV Azteca
Televisa
LOS DÍAS Y LOS MEDIOS

Diciembre 2005


DEBATE

¿Qué opina de las modificaciones que la Cámara de Diputados hizo a la Ley Federal de Radio y Televisión?

SONDEO

¿Está de acuerdo con las modificaciones que la Cámara de Diputados hizo a la Ley Federal de Radio y Televisión?

Sí

No

No sé

VER RESULTADOS

Cruel en el cartel

Iván de la Torre, Noviembre 2005

ENSAYOS**El mejor oficio del mundo**

Gabriel García Márquez, Noviembre 2005

¿Son necesarios los periódicos?

Miguel Ángel Bastenier, Noviembre 2005

INFORMES**¿Qué diablos es el periodismo border?**

Cicco, Diciembre 2005

CONVERSACIONES**Los 11 permisos son el comienzo**

Steve Buckley, Noviembre 2005

La marea negra

Ignacio Ramonet, Noviembre 2005

RECuento**Los arrestos de Arreola**

Junio 2005

Cuentos**Mariachi**

Juan Villoro, Noviembre 2005

ARCHIVO DE LA SEMANA**Lo público y lo privado**

Luis González de Alba, 14 de marzo, 2005

CARTAS**Canal 40, aciertos y errores**

Diciembre 2005

Al servicio de la comunidad

Diciembre 2005

Agradecimiento de etcétera

Diciembre 2005

HORRORES**¡Ni Matusalem!**

Diciembre 2005

COSAS QUE PASAN**La risa en vacaciones**

Noviembre 2005

DATA**Diciembre 2005****AGENDA****El gasto en publicidad del Estado de México**

Diciembre 2005

Proceso y López Obrador

Diciembre 2005

Notimex, reforma en puerta

Diciembre 2005

El cristal de Trujillo

Diciembre 2005

Una de vaqueros

Diciembre 2005

Canal 22: ¿Y dónde está el piloto?

Diciembre 2005

habla demasiado en serio, sino que se piensa que con la reactividad emotiva puede hacerle avanzar: ¿quién se expresa así? Cualquier película de Walt Disney; las imágenes son rápidas, sencillas y todo siempre es muy emocional. Podemos interrogarnos sobre la responsabilidad de una maquinaria informacional que en realidad está concebida para infantilizar al ciudadano.

Otras características de la información es que, además de tener estas particularidades retóricas, está el hecho de que la información fue extremadamente escasa; hoy es extremadamente abundante. Los antiguos filósofos clásicos pensaban que el mundo estaba constituido de cuatro elementos: aire, tierra, agua, fuego, y que esos cuatro elementos fundamentales mezclados formaban nuestra realidad. Hoy, a principios del siglo XXI hay un quinto elemento que se ha añadido a éstos: la información se ha hecho extremadamente sobreabundante. La información nos inunda como nunca lo había hecho.

Hoy está demostrado que en un ejemplar de *The New York Times* de fin de semana hay más hechos reportados que todos los que podía adquirir en toda su vida Shakespeare en el siglo XVII.

En la actualidad, por ejemplo, si alguien se interesa por una especialidad científica como medicina, física, química o cibernética, y si está dispuesto a consagrar ocho horas al día a leer información sobre esas disciplinas, cada día se produce sobre esa materia tanta información que para leerla se necesitan varios días, consagrándole ocho horas cada día. Al cabo de esos días, cuando se trata de recuperar lo producido el lunes, ya se han perdido varias semanas y, cuando se quiere recuperar esas semanas, toda una vida no sería suficiente. Es decir, hoy, el proyecto del Renacimiento de leerlo todo, de conocerlo todo: el proyecto de Leonardo Da Vinci o de otros pensadores, Pico de la Mirandola, es absolutamente imposible, varias vidas no serían suficientes para leer algo muy limitado.

Estamos en un universo en el cual hay más información de la que podemos consumir. No es un problema de carencia de información sino de selección de ésta. Durante siglos, la mayoría de las sociedades han vivido bajo sistemas autoritarios, que han practicado la censura, ya sea por dominación o por influencia de la Iglesia católica o por el poder autoritario que ha existido en determinado periodo. El control de la información era capital para el poder; la realidad de la información era la escasez, había muy poca información que circulaba y el control de ese flujo era lo que proporcionaba más poder.

Hoy, esa situación ha cambiado. La información circula de manera abundante y nadie la puede detener. No hay ningún poder suficientemente autoritario que impida la circulación de la información, es muy difícil. En la mayoría de los países como los nuestros tenemos acceso a la información; Internet nos ha permitido tener acceso a yacimientos literalmente oceánicos de información, la dificultad ahora es cómo guiarnos por ese laberinto.

Eso plantea enormes problemas como el de la censura, porque ésta ha cambiado. Antes, la censura la ejercían el poder político o el poder moral y había muy poca información, nosotros decíamos hay que luchar para obtener más libertad. ¿A qué le llamamos libertad? A la libertad de comunicar, de pensar libremente, de comunicar ideas, de reunión, de expresarse o de imprimir, etcétera, eso es la libertad.

Por más información que había nuestra libertad no se modificaba y ése es el peligro en el cual estamos ahora a escala internacional. El peligro es que quizá aunque más información se produce menos libertad tenemos. Porque la información ahora me confunde. Hay tanta, y frecuentemente no verificada, que ya no sé qué pensar. En realidad, mucha de esa información es falsa, miente, como me mintieron con la Guerra del Golfo, como me mintieron de Timisoara, como me mintieron de Bosnia, como me mintieron de Kosovo.

El funcionamiento de la verdad de nuestras sociedades es muy relativo: ¿qué es la verdad? La verdad es cuando todos los medios: la prensa, la radio y la televisión dicen que algo es verdad, aunque sea mentira. Esto restablece el principio que Aldous Huxley desarrolló en *Un mundo feliz*: si usted repite algo 36 mil veces se hace verdad, aunque no lo sea. Esta nueva realidad, de no saber dónde está la verdad, y que los medios

FOTO DEL MES

A la venta en librerías

LIBROS

Scherer, *Proceso* y Fox

EXPEDIENTES

CINE

INTERNET

PRENSA

RADIO

TELEVISIÓN

MEMORIA

Hace tres años y dos meses el gobierno cedió ante los concesionarios

AUTORES**LOS TEMAS**

CNI-CANAL 40

ÉTICA Y CINISMO

LEGISLACIÓN SOBRE MEDIOS

LIBERTAD DE EXPRESIÓN

MEDIOS Y CONCESIONES

MEDIOS Y DEMOCRACIA

MEDIOS Y GOBIERNO

OBSERVATORIO DE MEDIOS

RADIO COMUNITARIAS

SOBRE MEDIOS EN OTROS MEDIOS

MÁS TEMAS

etcéter@

QUIÉNES SOMOS

RECOMENDAMOS

UN CÓDIGO DE ÉTICA PARA LOS MEDIOS MEXICANOS opinan nuestros lectores

etcétera

Acuerdo IFE-CIRT a la vista

Diciembre 2005

Magia negra

Diciembre 2005

"Ahí publicalo como si fuera tuyo"

Diciembre 2005

Guía de padres

Diciembre 2005

deberían contribuir a guiar en este laberinto, lo hacen cada vez de manera más confusa en nombre de los intereses económicos.

sigue

© Análisis, Ediciones
y Cultura, S.A. de C.V.
ISSN: 1665-6199

nuevo
periodismo
FUNDACIÓN NUEVO PERIODISMO IBEROAMERICANO