

“GLOBALIZACIÓN no es sólo DERROTA”

Entrevista a
MARCELO GUARDIA CRESPO.
Comunicador social
Por Silvia Canedo

P. ¿Cómo cree que afecta la globalización en cuanto a las formas de hacer comunicación en Bolivia?

R. Yo creo que la palabra afectar es una palabra un poco fuerte y preconceptuosa, porque podrías decir que también favorece, afectar tiene una connotación negativa. Cómo afecta y se presenta, qué significa la presencia de la globalización en la cultura contemporánea y las formas de comunicación, es parte de un proceso histórico más largo. Uno de los efectos más fuertes de los últimos años dentro de este proceso de globalización, cuyo origen no se lo puede identificar, es el aumento de la velocidad en la transmisión de la información. En estos últimos años, no sólo en Bolivia, sino en todo el mundo, hay más información y vertiginosidad en la producción de mensajes y circulación de los mismos, así como mayor cantidad de canales y flujos comunicacionales, inclusive de medios de comunicación, como son los medios que incluyen la red de Internet. Entonces, yo creo que habría que ver con más detalle cómo está presente y cómo interfiere la información de esta “llamada” cultura mediática. Esta cultura que se forma gracias a los medios de comunicación, gracias a la globalización cultural, a la nueva política económica, desde el 85, gracias a todo este nuevo contexto globalizado, que estamos viviendo tanto en Bolivia como en el resto de los países.

P. ¿Cómo definiría usted esa globalización cultural?

R. La globalización cultural es un proceso histórico larguísimo, el problema es que ahora nos ponemos a hablar, en los años 90, en los últimos años, porque lo sentimos con más fuerza, pero este es un proceso antiguo, cuyo origen no se puede determinar. A mi modo de ver hay varias etapas, pero el proceso histórico es largo, es un proceso histórico de expansión de la cultura occidental. Lo que estamos viviendo ahora, y lo notamos en términos concretos, es cómo la cultura occidental entra a nuestra cultura o se mezcla -o se impone- a la nuestra, es un proceso antiguo, porque la colonización es parte de ello, la república es parte de ello, la democracia es parte de ello, la conquista de América. Si tuviéramos que rechazar la globalización desde su inicio, tendríamos que negar incluso la presencia desde el catolicismo, toda la cultura occidental que nos viene a través de la conquista, toda la cultura griega y romana, toda la cultura del renacimiento europeo medieval, toda esa cultura de la ilustración que aparece presente en varias formas de representación en nuestro país y más recientemente cosas, más actuales y palpables, que son positivas: el tema de género es globalización, medio ambiente es globalización, ciudadanía es globalización, temas políticos, democracia y algunos otros conceptos pequeños y grandes como el de los derechos humanos, que están presentes en el discurso nacional actual e internacional; así como aspectos negativos, considerados así por mucha gente, como por ejemplo: la pérdida de valores tradicionales o costumbres o formas o elementos culturales que vienen del pasado ancestral boliviano mestizo, así como del inca o el aymará o quechua, que se los considera, como te digo, por ciertos sectores de manera negativa.

P. ¿Cuál cree que es la realidad actual de los medios de comunicación, frente a lo que era hace 10 o 20 años en relación a los mensajes?

R. Como te decía hace un momento, mayor flujo, mayor capacidad de información. Yo veo que todo tiene sus dos lados: por un lado los medios de comunicación no los puedes

entender, si no son como empresas, es decir, como unidades productivas, de producción de riqueza material; porque el dueño de los medios de comunicación invierte dinero para ganar dinero, no para otra cosa. Puede ser su opción que quiera ganar dinero utilizando una política de comunicación social, al servicio de la ciudadanía; como pueda querer ganar dinero, utilizando el medio de comunicación atendiendo la demanda y ahí convertir su medio de comunicación en un negocio más, simplemente atendiendo la demanda sin tomar en cuenta un aspecto ético, un aspecto educativo -si quieres hablar en esos términos-.

Los medios de comunicación pertenecen a empresas, pertenecen a grupos económicos y frecuentemente pertenecen a grupos políticos; la nueva política económica en Bolivia, ha favorecido a que estos grupos de poder se apropien de los medios de diferentes maneras, de manera más explícita o menos explícita, los utilicen a su favor; claro, imprimiendo sus intereses particulares o de grupo. Yo creo que ese es un elemento importante, para entender el rol de los medios en la cultura nacional, pero al mismo tiempo la nueva política económica permite la libre empresa, hay, y todavía puede haber más, profusión de medios. Si te acuerdas en los años 80 habían dos canales de televisión: el universitario y el estatal y la información estaba reducida y controlada fácilmente, a través de esos medios.

Habían dos radios en FM y habían 6 emisoras en AM y un periódico o dos. Ahora compará: hay como treintaitantos radios FM entre legales e ilegales. En AM hay otro tanto. Canales de TV, idem. Cualquiera puede abrir su canal y con la entrada del cable, la oferta se ha multiplicado de manera impresionante, lo que me parece que es saludable. Yo no soy un apocalíptico, yo no veo que la globalización sea una cosa negativa por sí misma. Por eso mi observación a tu primera pregunta, no creo que la globalización nos afecte en ese sentido negativo, yo me siento más informado que hace 20 años y eso lo festejo y lo celebro; porque cuando en los 80 había un régimen militar y quería controlar la información, ponían en cadena a todas las FM y a los canales, que eran dos, y se nos daba una sola información, al resto de las informaciones podíamos acceder únicamente a través de chismes en la calle. Ahora eso es imposible, es imposible tomar los medios de comunicación, porque ningún gobierno puede controlar nada, es incontrolable la cantidad de información que hay, porque si algunos canales son controlados por unos grupos, los otros están controlados por otros y de todas maneras los sectores populares, los sectores subalternos que no tenían acceso a la información, ahora tienen más formas de acceder.

La red internet, por ejemplo, sirve para circular la información contraria a los regímenes, tanto es así que ese fenómeno –de la cultura mediática- es un fenómeno fuera de control del poder, y no sólo del poder, fuera del control de todos, funciona con mucha información, con velocidad de información, con niveles de superficialidad terribles, porque el mercado ha hecho que la información y el periodismo se hagan más simples, menos profundos. La competencia de los medios hace que los periodistas pierdan en profundidad para no perder audiencia. Como te decía hay aspectos positivos y negativos.

Volviendo a la pregunta, los medios tienen mayor capacidad de información, yo creo que ahora el pueblo boliviano está más informado que hace años.

P. ¿Pero con menor profundidad?

R. Con menor profundidad en algunos temas. Lo que no se ha perdido y no se va a perder nunca, es la comunicación interpersonal, la comunicación de persona a persona, que va más allá de los medios, o más acá -no sé cómo decirlo- pero al margen de los medios; es la comunicación de la calle, de los micros, de la tienda, del mercado, la comunicación donde se produce el sentido de las cosas, la más importante, o sea, la comunicación más importante ha sido siempre y será probablemente en el futuro -yo espero- la comunicación interpersonal.

P. ¿Pero esa puede ser también una opinión pública formada desde los medios de comunicación?

R. No, es difícil, los medios de comunicación tienen un rol importante en la formación de la opinión pública, pero no determinante, te voy a dar un simple ejemplo: el MAS no hubiera salido en segundo lugar porque prácticamente no tiene acceso a los medios, pero ha salido en las elecciones en segundo lugar, porque la comunicación interpersonal es mucho más fuerte. La relación es simple, has visto en las últimas elecciones quienes han invertido más dinero en medios, ha sido ADN, MNR y NFR y mirá la correlación de fuerzas. El MAS estaba muy por debajo y ha salido en segundo lugar, el MNR sí ha invertido mucho y ha ganado con poquísimo margen, pero no por la plata que ha invertido, ha ganado por otros aspectos que tienen que ver con tradición, militancia, falta de opciones, etc. El NFR ha gastado tanto o más -no sé cuanto- que el MNR y ha perdido, pero no es por el rol jugado por los medios, sino porque el elector ha comparado, ha analizado, se ha dado cuenta de ciertas cosas y ha decidido. Muchas de esas informaciones han pasado por los medios de comunicación, especialmente la televisión, que ha jugado un excelente rol de “escenario”

para la definición de la lucha política. La opinión pública sí se forma en función a los medios, pero no de manera determinada, más importante es la comunicación interpersonal.

P. Entonces ¿el fenómeno de globalización, no estaría afectando a esa comunicación interpersonal?

Afecta, hay construcciones mediáticas fuertes, por ejemplo la imagen del candidato Bombón, es una construcción mediática fuerte, o sea que existe gracias a los medios, pero esa construcción mediática no es suelta. Nunca ha habido ni va a haber una construcción aislada del contexto cultural, porque todo se construye en función a la demanda y a las ambiciones, al imaginario de la gente. Si es que ha funcionado en algún momento ese modelo del Bombón, ha sido por factores tales como la decepción del pueblo con los políticos tradicionales, la decepción del pueblo con los políticos viejos, con los partidos tradicionales, la decepción del pueblo por la crisis, con estos partidos que ya han estado en el poder, la aspiración a una renovación, la presencia y la carta fuertemente jugada por el NFR con las obras del Bombón en su época de alcalde, que son obras reales, puentes, teleféricos, elementos que sirven para construir una “cosa” que funciona, siempre y cuando la demanda la acepte, porque coincide con sus nociones de progreso, superación, desarrollo, ascensión social, etc. No hay manipulación directa de conciencias sino solamente de información, en otras palabras.

P. Entonces ¿cada pueblo, cada sociedad va a adoptar la globalización cultural según su propia cultura y a su manera?

R. Claro, es que hay dos formas de ver la globalización: la visión más común en Bolivia y América Latina es la apocalíptica, la que tu vas a encontrar seguramente cuando vayas a hablar con otras personas, es la que dice la globalización nos está destruyendo, nos va a destruir, nos va a aplastar. Ven la globalización como una aplanadora, como un monstruo de siete cabezas que va arrollando y va tragando todo lo que ve a su paso. No es que no tenga esa dimensión, sí la tiene. Evidentemente tiene un sentido uniformizante, la globalización es esa expansión de la cultura occidental, irradiada desde Estados Unidos especialmente y Europa. Pero el poder no es tan simple, porque Estados Unidos evidentemente tiene hegemonía, pero para contrarrestar a esa hegemonía mundial, se ha creado la Unión Europea con su moneda el Euro, su economía y su cultura; ahora Estados Unidos quiere hacer contrarrestar configurando el ALCA. Todas son luchas de poder porque en el fondo, pese a que hay un aparente sentido uniformizante de la cultura, la globalización tiene su otro lado. Viendo desde el punto de vista marxista - dialéctico, tiene su contrario, que es exactamente lo opuesto, que no es uniformización, que es explosión de la diferencia, por eso yo utilizo el término “glocalización”, que es un término intermedio, es un intermedio entre global que incluye lo local y permite la emergencia y fragmentación.

Si toda la cultura, fuese uniforme encenderías FM ahora y escucharías toda la música en inglés, pero no es así, puedes escuchar jazz, rock, música latina, música de los 60, puedes escuchar música folklórica, música salsa, puedes escuchar lo que quieras. Este es un fenómeno de la globalización, permitir la explosión de la diferencia. Globalización es profusión de información, puedes escuchar la voz oficial del gobierno en el canal 7, que te puede estar mintiendo, así como puedes escuchar la información de la verdad del NFR o la del MAS, o de otro partido, en otro canal de televisión, dicha por otro conductor, pero al mismo tiempo puedes escuchar la voz de otros sectores que están presentes. De alguna manera te enteras de las cosas.

P. ¿Qué efectos ha tenido la nueva política económica, con el Decreto Supremo 21060, dentro de lo que es la comunicación y la cultura en Bolivia?

R. El primer gran efecto es permitir la libre iniciativa, el libre mercado, eso siempre ha habido, capitalismo es eso. Pero con la nueva política económica se ha favorecido, se ha promovido este sentido de la economía, libertad de empresa, cada uno puede hacer lo que quiera, cada medio de comunicación puede hacer lo que quiera con el medio. ¿Dónde está -tu dirás- el servicio social al que debe responder un medio de comunicación?

Por ejemplo: entre un canal católico-cristiano que produce y transmite mensajes educativos formales y un canal estrictamente comercial que transmite música, “Laura en América”, telenovelas, shows de los sábados, ¿cuál es la diferencia?, ¿dónde está el sentido del servicio social?, eso tiene que ver con la ruptura de paradigmas de la modernidad racional, de nuestras verdades absolutas, las verdades se han destruido, se han diluido al punto en que, se puede decir que tanto la radio educativamente formal, como la otra comercial, son de servicio al pueblo.

P. ¿De qué manera?

R. Porque están sirviendo al pueblo. El pueblo necesita distracción, el pueblo necesita

curiosidades, al pueblo le gusta vulgaridad y el medio de comunicación no funciona imponiendo, sino según la demanda. Entonces tú dices voy a ofrecer empanadas asquerosas y si la gente compra, haces más empanadas asquerosas. Ese es un elemento fundamental de la Nueva Política Económica, del sistema neoliberal, que tiene como efecto esa gran cantidad de información vinculada a la demanda. Esto está relacionado con otros componentes del sistema político y liberal del país. Por ejemplo, libertad de expresión. El retorno a la democracia ha significado el retorno a la cultura del derecho, a las libertades y una de las libertades conquistadas es la libertad de expresión, la Constitución Política del Estado dice que todo ciudadano es libre de emitir sus ideas.

P. ¿Los periódicos Extra y Gente, como nuevos fenómenos, son parte de esta globalización, de la nueva política, o son parte de una expresión propia de nuestra cultura?

R. Creo que, en términos formales, son copia de la experiencia peruana principalmente, creo que en Lima – solamente- hay 20 de estos periódicos, en el Brasil hubo hace años, en la Argentina, en México, pero los más parecidos son los peruanos. Por tanto, podríamos decir que hay una semejanza fuerte. En ese sentido es una introducción en Bolivia hacia un espacio que estaba abierto. Si no se lo hacía ahora, se lo hacía después. No se puede responder si es propio o ajeno, porque a estas alturas la noción de propio o ajeno se ha diluido, ya no hay nada ajeno, todo es de todos, así como estamos viviendo un sistema político y económico globalizado, sus efectos culturales también son globalizados, o sea, las características de esta prensa son parte de un sistema de globalización, pero también satisfacen una necesidad comunicacional vacía en Bolivia: la necesidad de comunicación de los sectores subalternos que no estaba cubierta. Ese espacio ha sido cubierto curiosamente, no por nuevas iniciativas, sino por iniciativas de los grandes grupos de los medios, que son el grupo Garafulic y el grupo Canelas-Rivero. Cada uno ha hecho su medio de comunicación sensacionalista que son muy parecidos. Así, han cubierto ese espacio, con características similares: precio, contenido, tratamiento, enfoque. Creo que son un fenómeno cultural que debe ser visto más que como un fenómeno de globalización, como un síntoma de la crisis social, moral, educativa, económica y cultural de Bolivia.

En una investigación reciente afirmo que no pueden ser vistos como periodismo solamente, porque su información diluye los límites de los géneros tradicionales y entra fácilmente a la narración literaria del cuento, utilizando estructuras mitológicas que convierten la lectura del mensaje en ritual. Por eso digo que se trata de culturas que no pueden ser vistas con la mirada ilustrada de la desconfianza, sino con ojos para entender las necesidades populares que son satisfechas dentro de esa noción de servicio que abre, como novedad, el neoliberalismo en la cultura.

P. ¿Cómo se introduce en Bolivia este boom de las nuevas tecnologías? ¿Cómo afecta o se lo adopta?

R. En cuestión de nuevas tecnologías creo que Bolivia, a pesar de ser un país chico y pobre, tiene mucha capacidad de absorción, por ejemplo el celular aquí es más barato que en el Brasil y estamos con lo último. Aquí ha entrado GSM antes que al Brasil, antes que a los países vecinos. Tal vez esa capacidad de absorción se da porque es país pequeño, pese a que es pobre. Las nuevas tecnologías, en sus diversos campos -la telefonía, sistemas electrónicos, sistemas de transmisión, digitalización de la cultura, de los procedimientos del trabajo, de la comunicación- están entrando paulatinamente, porque es, digamos así, una necesidad cultural. Porque “si no te digitalizas no existes”. Entonces los medios de comunicación, con las nuevas tecnologías, se vuelven más versátiles, más rápidos, facilitan los flujos, la circulación, porque ahora por ejemplo puedes transmitir en vivo y en directo información, de algo que está ocurriendo en Miraflores en La Paz, cosa que hace 20 años era un problema. Ahora es demasiado fácil, ¿cuántas cosas vemos así?, si te pones a observar lo que pasa en cualquier canal, en cualquier red, ves la noticia de Bolivia, o sea, tú antes sólo veías noticias de Cochabamba en la televisión, ahora ves Bolivia, porque ves lo que ocurre en Santa Cruz, en La Paz, en Sucre, en todas las ciudades importantes, en primer lugar, porque ahí está concentrada la información económica y política fuerte, pero si tú estás en Guayaramerín, también ves lo mismo, te enteras de todo. Hay un sentido de integración nacional que favorece la circulación de información y el intercambio cultural. Las redes se han creado gracias a la tecnología, Los empresarios se han visto obligados a formar redes, pues estos grupos comunicacionales como Garafulic y Rivero- Canelas y otros, tienen redes que incluyen televisión, radio, web y prensa impresa.

P. ¿Y la televisión por cable?

R. Eso viene a aumentar la información, sobre todo de la televisión internacional. Aparte de que a nivel nacional tenemos mayor integración informativa, a nivel internacional esto se multiplica. ¿Te imaginaste, por ejemplo hace 20 años, ver el informativo de la Globo en

tu casa?, Para mi eso era un sueño, ahora eso es tan sencillo, tan banal, que hasta se le resta importancia.

P. ¿El que cotidianamente en su casa la gente esté viendo canales de Venezuela, de la Argentina, del Brasil, de Estados Unidos, cuál cree que sea la influencia cultural?

R. Más información, mayor referencialidad, pero ese es un ejemplo que tú me das, porque los medios de comunicación también te ofrecen violencia, ficción, cine, música, espectáculo, programas educativos, programas recreativos, te enseñan a cocinar otras cosas, enseñan cosas de todo el mundo. Tú ya no necesitas viajar a Asia para saber cómo se come, por que lo ves en tu casa y si quieres lo haces por que te dan la receta, entonces yo creo que hay un sentido integrador muy interesante, a mi me parece muy saludable.

Lo que los apocalípticos ven como negativo es que la gente empieza a copiar elementos culturales, hábitos de otros lugares, empieza a copiar y a adaptarlos a la cultura local en detrimento de lo que serían las culturas nacionales, lo que a mi me parece obvio y natural, porque siempre ha habido transmisión cultural, sólo que ahora se da más rápido, porque la comunicación es más rápida. Hace 20 o 30 años no había tanto flujo porque era más lento el proceso, aunque siempre hubo ese proceso, hace 100 años había ese proceso. Las tiendas publicaban sus avisos en los pocos periódicos que habían y decían: “La tienda La Española de la acera oeste de la Plaza 14 de Septiembre, acaba de recibir mercadería de Francia, venga a comprar sus casinos franceses, velos y ropa de la última moda francesa” y la gente iba. Pero eso era lentísimo, ahora lo único que haces es apretar un botón y está todo ahí. El flujo y la necesidad de consumo cultural de las llamadas culturas “bajas” en relación a las llamadas culturas “altas”, siempre ha habido, no es que ahora la gente se haya vuelto más copiona, lo que pasa que ahora se puede copiar más rápido.

P. ¿Eso refuerza también el concepto de Globalización?

R. En el sentido negativo, en el sentido de uniformización, porque por ejemplo se pone más rápido de moda una canción de España. Hace 20 años tenías que esperar que el disco se pusiera de moda en otros lugares, que llegara a México, de México por algunas radios llegara en 2 ó 3 meses y así el proceso era muy lento y tampoco llegaba a todas las regiones. Ahora esa velocidad o simultaneidad es parte de la realidad, no la podemos negar. Nos llega rápido Aserejé, así como nos llegan con mucha velocidad nuevas reflexiones sobre el tema de género, por ejemplo, que es pura globalización.

P. En el tema educativo, todo lo que es la reforma educativa ¿es también parte de la globalización?

R. Claro, ¿tú crees que la reforma educativa se ha gestado en Bolivia? no, ese es un instructivo del Banco Mundial, para hacer el proceso de incorporación de la mano de obra al mercado más rápido y más eficiente. Para poder explotar, si quieres verlo desde el punto de vista negativo tradicional. Claro que hay otros componentes interesantes: constructivismo, multiculturalidad, bilingüismo, etc. Tanto tiene que ver esto con un esquema internacional, que lo primero que han dicho aquí, es que en el campo tienen que aprender en castellano y en el idioma nativo, pero los campesinos han dicho “no queremos aprender en nuestro idioma nativo, sólo queremos aprender en castellano”.

Desde el punto de vista apocalíptico, se puede decir que eso es el colmo de la globalización, el colmo de la alienación. Los campesinos ya no piensan en su cultura, en su tradición, están renegando de sus raíces. Pero ese es un error, porque el campesino es inteligente, sabe por donde tiene que ir, sabe que el mercado está en castellano, ¿para qué va a aprender en quechua?, ¿para que va a sacar su carnet en quechua?, Si nadie sabe hablar en quechua, si más bien lo van a humillar, lo van a marginar, lo van a despreciar, si más bien lo que él quiere es pertenecer, quiere ejercer su ciudadanía, él sabe lo que significa eso, por eso mismo hay movimientos y conflictos culturales que han florecido en los últimos años, el Mallku y Evo son expresión de temas irresueltos en la historia.

P. Usted habla de que algunos sectores autodenominados críticos pretenden que estas culturas se mantengan dentro de su supuesta esencia, cuando la cultura no es estática, entonces ¿la globalización es parte del proceso cultural?

R. Obviamente, ninguna cultura es estática, nunca ha sido, ni va a ser.

P. ¿Ni quiere ser?

R. No quiere ser porque esa es una utopía que se ha inventado tanto en los discursos de izquierda, como en los de derecha. El más fascista, como el más radical de izquierda, han querido hacer de la cultura algo estático y esa actitud conservacionista de la cultura y la identidad es un acto egocéntrico, hipócrita y discriminador, de exclusión cultural. Cuando tú pretendes que el campesino se quede con sus abarcas y pochos en el campo, estás

queriendo excluirlo, le estás diciendo “no vengas a mi ciudad, quédate en el campo, yo vivo aquí”.

Las políticas nacionales han estado explícitamente definidas por esta visión, durante los últimos años o décadas y todavía siguen, eso me parece que es un acto racista, colonial, retrógrado, porque mientras las elites criollas quieren que las culturas andinas se mantengan puras, éstas buscan acceder, sobrevivir, entrar. Es una hipocresía pretender que el campesino no se ponga blue jean, o no escuche rock, cuando nosotros -como clase media- somos los primeros en comprar cosas de Miami o de París, ¿por que yo sí y ellos no?, ¿por qué las clases medias y los intelectuales sí?, Los intelectuales son los primeros en consumir cosas de la cultura europea y occidental, su visión es europea, es colonialista.

P. En este proceso dinámico de la globalización, en cuanto al proceso cultural, ¿qué aspectos negativos hacia Bolivia cree que existen?

R. La Globalización no sólo puede verse desde el punto de vista cultural. Hay que verla desde sus otras dos dimensiones fuertes, que son la económica y la tecnológica. Cuando yo hablaba hace un rato de la globalización en términos contradictorios, en los de la uniformización versus la diferencia; de lo que no se puede escapar es de la economía y de la tecnología, de la economía porque sin dólar no existes y de la tecnología porque sin Word 2000 no existes, sin red no existes. Además de las nuevas formas de exclusión social que implícitamente se instalan.

P. ¿Lo negativo de ésto es que no todas las clases acceden?

R. Exacto, así como la globalización ofrece más oportunidades al sistema mundial en general, al mismo tiempo lo excluye, esa es su paradoja. Es de élites, porque las nuevas tecnologías están al servicio de todos, en teoría, pero en los hechos solamente de las élites. Quienes tienen correo electrónico, quienes tienen acceso a Internet, no solamente por los costos de acceder a una computadora o a la Internet, sino porque la mayoría de la gente no sabe leer o escribir y menos manejar eso. Entonces -en el fondo- esto de las nuevas tecnologías es algo ambiguo. Por un lado más información, más democratización, que es evidente por que tú a través de la red puedes acceder a cualquier tipo de información, pero al mismo tiempo es excluyente, al mismo tiempo si no te digitalizas no existes y como los países pobres, como el nuestro, no estamos en condiciones de digitalizarnos tan rápido, entonces estamos excluidos. La tecnología siempre se está creando, reproduciendo e innovando en países del hemisferio norte y obviamente está al servicio primero de ellos, entonces nunca vamos a estar al mismo nivel, porque es sólo una forma política e ideológica la de decir que estamos en democracia informativa. No existe eso.

Por ejemplo, EE.UU. ha decidido invadir Irak porque dice que tienen bombas nucleares y armamento de destrucción masiva, ...ellos lo dicen, y nosotros... ¿qué podemos decir?. Ellos son los que manejan los satélites, digan lo que digan, sea verdad o no, nosotros no podemos ni sospechar lo que realmente sucede. Sadam Husein dice que no tiene bombas y los inspectores de la ONU no encuentran nada. Aunque el imperio inventa un discurso anti terrorista para probar y derrochar sus armas, la opinión mundial no le cree, sabe que por detrás está sus intenciones hegemónicas de poder y económicas por el petróleo.

Estamos en un contexto cultural en el que la información es clave, acceder a esta información es tan clave, tan determinante del poder, que yo creo que esta guerra es una guerra informativa, Estados Unidos tiene la información, o no la tiene, pero lo importante es lo que nos dice y no tenemos como comprobarlo, eso es ser excluidos, es estar al margen de los puntos neurálgicos en este tema.

¿Cuál el rol del comunicador en este contexto?

Como investigador, intentar conocer a través de la investigación científica los procesos culturales que favorezcan nuevas formas de ejercicio de ciudadanía. La gran obligación del comunicador es dar a conocer toda la información de que disponga o pueda disponer a la sociedad, con la misma velocidad que la de los sectores hegemónicos. Para ello tiene que dejar de deslumbrarse con cuestiones superficiales y desvinculadas de la dimensión política de la cultura, siempre tratando de conocer esos procesos desde la perspectiva de los propios actores y no desde la ilustración.

Como codificador, la responsabilidad técnica de construir mensajes adecuados a los públicos y sus necesidades y ética de incluir lo que sea necesario para fortalecer la dimensión formativa de todo mensaje.