

Salim Lamrani es un libro abierto cuando habla y nunca deja indiferentes a quienes le escuchan

By [Alfonso Sánchez Izquierdo](#)

Global Research, October 29, 2008

29 October 2008

23 de octubre de 2008, Fundación Caixa Galicia de Santiago, '[El futuro de la industria de Comunicación](#)', Club Internacional de Prensa

El binomio medios de masas y poder no está actualmente en el centro del debate en nuestro entorno, por eso es muy de agradecer esta convocatoria del Club Internacional de Prensa de Galicia y la presencia hoy aquí de un cualificado observador como es el periodista francés Salim Lamrani. Tan evidente es esta ausencia que he de señalar que en España no se publicó en todo el año 2007 y en lo que va de 2008 un solo libro que tenga como asunto central esta materia, en notoria discrepancia con lo ocurrido en los años inmediatamente anteriores. Como contraste, por el contrario la discusión sobre el papel que los medios de comunicación desempeñan en los sistemas de poder están en el eje social de los países latinoamericanos. Y de ello Salim Lamrani es testigo cualificado.

¿Por qué sucede esto? ¿Por qué la dicotomía mass media/poder ha perdido intensidad expositiva y valorativa a pesar de ser en sí mismo un elemento central en la organización de las sociedades? Dice Edgar Morin que "cualquier sistema es cambiante y está lleno de incertidumbres". Desde este punto de partida, en mi opinión, existen varios vectores que indican la evolución de este proceso.

TRES VECTORES

En primer lugar, la reflexión teórica sobre los medios de comunicación, la opinión pública y los mecanismos de poder se empieza a plantear con intensidad después de la segunda guerra mundial, a mediados del siglo XX, tanto en Europa como en Estados Unidos. Durante medio siglo las aportaciones de los estudiosos han desentrañado los aspectos más recónditos y precisado los más difusos hasta construir un corpus doctrinal donde alcanzar un nuevo avance es ya muy laborioso. Casi todo está estudiado, analizado y definido en este ámbito.

En segundo término, nadie discute razonablemente -en especial en el mundo desarrollado- el grado de poder de los medios de masas. El espacio reservado como cuarto poder ha quedado arrumbado en los desvanes de la historia de la sociología política y de la comunicación. Hoy sabemos que el poder de los media "es mayor de lo que predicaban aquellos que lo disfrutaban, aunque no es tan vasto y letal como suelen imaginar quienes lo sufren". Además el hombre de hoy -al que llamábamos posmoderno hace no muchas lunas- tiende a aferrarse a valores transitorios, débiles y superficiales, por lo que los medios técnicos han transformado la civilización menos por sus contenidos (ideológico, informacional, científico) que por la imposición fundamental de sistematización que ejercen.

Los medios de masas empiezan a tener más éxito en decirnos en qué pensar que en indicar qué pensar sobre determinados temas; en otras palabras, la capacidad de los media en organizar la agenda de las sociedades. Por ello existe una relación clara entre la agenda pública y la agenda de los medios, siendo la segunda la que inicia el fuego de los procesos sociales. En buena medida, el imaginario local y mundial es para la mayoría de las personas el mensaje de los medios de comunicación.

El tercer vector que cuestiona las relaciones entre el poder y los soportes mediáticos deriva de la propia crisis del modelo económico y técnico. Ya antes del último gran colapso financiero y productivo que se ha vivido a escala global estaba abierto un fuerte debate sobre si había que dar más juego al mercado o incrementar la intervención pública; o bien más regulación o mayor libertad de acción para los operadores económicos. Los gestores y propietarios de los medios asistían expectantes al desarrollo de la batalla -con las obvias excepciones-, pero menos interesados en orientar su resultado en alguna de las direcciones posibles que en defender sus intereses corporativos inmediatos y perentorios, envueltos en un tormentoso mar de tendencias y con sus cuentas de explotación seriamente comprometidas por los nuevos entornos de mercado. Las cinco grandes compañías mediáticas españolas cotizan a la baja... en Bolsa. Han perdido en lo que va de año más del 50 % de su valor, muy por encima de la minusvalía promedio del conjunto de cotizaciones. Desde el New York Times hasta el grupo Prisa o Le Monde, del conglomerado de Murdoch al de Knight Rider, del Asahi Shimbun de Japón al Malayala Manorama de India, desde los grandes grupos mediáticos hasta los pequeños operadores locales, todos saben que su negocio está amenazado. Y lo que es peor: el temporal arrecia con vientos cambiantes sin puerto seguro al que arribar.

NUEVOS MODELOS

Los nuevos modelos de riesgo y las nuevas oportunidades técnicas interpelan a la prensa tradicional, a la televisión de flujo, a las operadoras de telefonía, a los editores de libros o de música o a los directores de cine. Todos saben que tienen un pie dentro y otro fuera de la tribuna del poder social, con peligro cierto de quedarse fuera de juego en cualquier momento. Y todos los sistemas, tanto políticos como comunicacionales, incluso los más autoritarios, precisan tener de su parte a la mayoría de los ciudadanos. Así las prioridades de los medios se convierten habitualmente en las prioridades del público, sobre todo en el ámbito político y relacional.

Además, después del proceso de mundialización política que se gestó a través de la Organización de Naciones Unidas, en un intento de dotar de un sistema de reglas a las relaciones internacionales, llegó la mundialización económica que, en la práctica, consistió en dinamitar todo tipo de reglas. Y ahora tenemos en el escenario a la mundialización cultural, como fruto de la económica, la cual en vez de integrar y uniformizar a las sociedades suprimiendo las identidades, por el contrario, las refuerza. Dominique Wolton cree que la cultura es hoy en día un factor de conflicto y la comunicación un acelerador de los conflictos porque todo el mundo puede ver todo.

En Galicia esta evolución se vive con nitidez y las señas de identidad, más allá de las amenazas que se ciernen sobre el futuro de la lengua gallega, son evidentes y constantes. Los medios de comunicación autóctonos son conscientes de ello y procuran explotarlo en su beneficio. A veces de forma tímida y otras de manera excesiva, ocupando espacios de poder para los que no cuentan con la legitimidad que la sociedad les reserva.

En este ámbito confuso y turbulento iniciamos hoy un conjunto de sesiones sobre el presente y el futuro de la industria de la comunicación, pero partiendo de las interrelaciones de ésta con los sistemas de poder, con la acción política y con el conocimiento. Nada, por tanto, limitado a un discurso simplemente tecnológico y economicista. Pero también nada alejado del escenario actual que dibujan las nuevas tecnologías y los soportes informáticos.

RESPUESTA DIÁFANA

Precisamente en este ambiente confuso y turbulento, ¿caben pensamientos firmes, actitudes rocosas y manifestaciones diáfanas alternativas a las corrientes dominantes? Conociendo la trayectoria de nuestro invitado de hoy, la respuesta es claramente afirmativa. Se podrá compartir o no sus criterios, sus opiniones y sus diagnósticos, pero Salim Lamrani es un libro abierto cuando habla y nunca deja indiferentes a quienes le escuchan.

Salim Lamrani, en su dilatada actividad pública, es profesor encargado de cursos en la Universidad René Descartes Paris V, ejerce de periodista de claros perfiles y arriesgadas actitudes, al tiempo que está considerado como especialista en las relaciones entre Cuba y Estados Unidos. Regularmente escribe artículos y libros sobre las delicadas y complejas relaciones de los países latinoamericanos con los sucesivos gobiernos de Washington. Sus trabajos se publican en periódicos y revistas de todo el mundo, mientras huye de los platós de televisión pues estima que no son el medio adecuado para la reflexión sosegada y el discurso paciente.

Es miembro de la Red de Intelectuales y Artistas en Defensa de la Humanidad y conferenciante invitado en universidades de numerosos países, incluidos los más prestigiosos centros académicos estadounidenses.

Autor de varias declaraciones colectivas contra el terrorismo y en defensa de la soberanía de todas las naciones, en especial de las más débiles, han sido firmadas conjuntamente por personalidades y premios Nóbel como Adolfo Pérez Esquivel, Rigoberta Menchú, Nadine Gordimer, José Saramago o Noam Chomsky.

De Salim Lamrani nos llegarán esta noche otras perspectivas, otros aires, quizá en forma de vendaval. Les animo al coloquio posterior a su intervención.

Alfonso Sánchez Izquierdo, Profesor en CC. de la Comunicación de la Universidad de Santiago de Compostela

The original source of this article is Global Research
Copyright © [Alfonso Sánchez Izquierdo](#), Global Research, 2008

[Comment on Global Research Articles on our Facebook page](#)

[Become a Member of Global Research](#)

Articles by: **[Alfonso Sánchez Izquierdo](#)**

Disclaimer: The contents of this article are of sole responsibility of the author(s). The Centre for Research on Globalization will not be responsible for any inaccurate or incorrect statement in this article. The Centre of Research on Globalization grants permission to cross-post Global Research articles on community internet sites as long the source and copyright are acknowledged together with a hyperlink to the original Global Research article. For publication of Global Research articles in print or other forms including commercial internet sites, contact: publications@globalresearch.ca

www.globalresearch.ca contains copyrighted material the use of which has not always been specifically authorized by the copyright owner. We are making such material available to our readers under the provisions of "fair use" in an effort to advance a better understanding of political, economic and social issues. The material on this site is distributed without profit to those who have expressed a prior interest in receiving it for research and educational purposes. If you wish to use copyrighted material for purposes other than "fair use" you must request permission from the copyright owner.

For media inquiries: publications@globalresearch.ca