

1. Contradicción de partida: sociedad democrática/sociedad economicista
 - 1.1. tendencia a subsidiar al pobre y subvencionar al rico
 - 1.2. libertad de expresión entendida como derecho de comunicación (información no es equivalente a comunicación)
 - 1.3. los imaginarios obsoletos y alejados de los ciudadanos
 - 1.4. los movimientos ciudadanos y el fin de un ciclo
2. Europa y la comunicación actual:
 - 2.1. muchos canales no suponen incremento de calidad, sino posiblemente: consagración de lo banal, burdo, obsceno, demagógico y maleducado
 - 2.2. ciudadanos sustituidos por consumidores y ágoras por centros comerciales
 - 2.3. estrategia semioculta en la UE: debilitar los sistemas públicos, privatizar, aumentar los operadores privados y posteriormente permitir su fusión
 - 2.4. olvido de la función social a favor de la mercantil, con un objetivo espurio: no interesa la información sino el condicionamiento del voto.
 - 2.5. un ejemplo: desaparece CNN+ y se emite en abierto 24 h de Gran Hermano
 - 2.6. se consolida la liberación y autorregulación privada frente a la regulación pública
 - 2.7. nuevo peligro por concentración de poderes: económico, político y mediático
3. Medios de comunicación y ciudadanía:
 - 3.1. libertad de expresión no es lo mismo que libertad de empresa o apropiación del espacio de comunicación; o su alias: confundir economía con economicismo
 - 3.2. confusión entre información/comunicación: unidireccionalidad, verticalidad, pasividad frente a bidireccionalidad, horizontalidad, actividad
 - 3.3. la comunicación supone: participar, proximidad, autonomía e independencia
 - 3.4. medios "ciudadanos": cercanos, pequeños, colectivos
 - 3.5. la ciudadanía, en democracia, no debe estar en silencio
 - 3.6. los objetivos de una información determinada por el mercado: producción, beneficios, eliminación de competencia, corporativismo
 - 3.7. se incrementa la lejanía y enajenación del sentir ciudadano y la democracia se convierte en mediocracia y democracia menguante
4. Regulación y financiación:
 - 4.1. autorregulación frente a regulación pública
 - 4.2. el ciberactivismo: atomización, elitismo y liderazgo de opinión
 - 4.3. la necesidad de vigilancia de la gestión pública de medios y políticos
 - 4.4. los medios públicos deben ser de los "públicos"
 - 4.5. los medios comunitarios: por su proximidad, mediación y articulación social, han de ser protegidos y garantizados por la ley
 - 4.6. un ejemplo: Francia y los FSER (Fonds de Soutien a l'Expression Radiophonique), para asegurar las radios asociativas (6,2 millones de euros en 2008) y un contra-ejemplo: nuestra CMT (36 millones de euros en 2010) dedicada a arbitrar y certificar en el mercado de las telecomunicaciones
 - 4.7. la supresión de la publicidad en 2010
 - 4.8. otro ejemplo francés, el CSA (Consejo Superior del Audiovisual) caro, autónomo y elegido por consenso, pero asegura: criterios de calidad, pluralidad, emisoras asociativas, y se financia por un canon por aparato y ayuda adicional pública
5. Medios y política:
 - 5.1. las audiencias: ciudadanos como "pescaditos en la red" de las audiencias
 - 5.2. público como objeto, no como sujeto activo
 - 5.3. confusión entre intereses comerciales/intereses políticos

- 5.4. algunas condiciones-garantía en Le Monde:
 - 5.4.1. capital con intereses editoriales, no cementeras, petroleras, bancos, aseguradoras o fondos especuladores
 - 5.4.2. publicidad no superior al 20%
- 5.5. una sospecha: grandes corporaciones como accionistas de los medios no garantiza ni información ni mucho menos comunicación
- 5.6. omnipresencia del mercado/comunicación como servicio público
6. Los Medios de Comunicación y el [Nuevo] Imaginario Social:
 - 6.1. se asimila la modernización y la revolución tecnológica pero se reconstruye con dificultad el imaginario, la identidad y el sistema de valores
 - 6.2. la “invisibilidad” programada de la realidad.
 - 6.3. TEXTO: *La invisibilización de la realidad es un serio problema que evita debates necesarios. En España uno de cada cuatro niños nace con riesgo de exclusión y pobreza. La bolsa de pobreza ya endémica alcanza los diez millones de personas. En la UE la cifra se eleva por encima de los 90 millones. La banca arruina la economía doméstica pero sigue teniendo beneficios escandalosos. El precio de los alimentos sube para los hogares pero se compra por debajo del precio de coste arruinando a los medianos y pequeños productores. El campo que nos debe dar de comer se siembra para hacer andar autos. Los precios de la vivienda son inalcanzables para los salarios medios y es necesario hipotecar toda una vida de ahorro. La educación atiende necesidades empresariales antes que educativas. Producimos más basura que bienes útiles, somos el único ser vivo del planeta que produce basura inorgánica, no reabsorbible por la naturaleza. La contaminación reduce nuestro hábitat y deteriora gravemente nuestra salud, más de 3.500 productos altamente venenosos son utilizados a diario. Destruimos el hábitat de otros pueblos para mantener el nuestro. No existe una crisis económica, existe una crisis de valores que impide la redistribución de la riqueza. No existe crisis alimentaria, hay alimentos y campos de cultivo suficientes pero se especula con la tierra. Sembramos millones de hectáreas de flores en los países empobrecidos en vez de alimentos para los estómagos. Dedicamos miles de hectáreas de cultivo para dar de comer a los automóviles y mientras permitimos la dependencia de una alimentación cada vez más cara para la mayoría de las familias. Crisis de valores, crisis en la políticas públicas. En medio de estos discursos querer sensibilizar sobre la convivencia en paz y los remedios a la inequidad se vuelve una tragedia. La ausencia de perspectivas críticas y humanas en los medios son causa de generación de conflictos al contribuir a percepciones no reales que se asientan en nuestro imaginario.*
 - 6.4. la metamorfosis de lo banal en trascendente y viceversa
 - 6.5. la *esquizofrenia* (separación inexplicable) en la edición de noticias
7. Los Medios al servicio de un nuevo imaginario deben estar comprometidos con:
 - 7.1. el progreso frente al desarrollo y el vivir bien frente al vivir mejor
 - 7.2. acabar con la obsolescencia programada, distinguir entre consumo de carne y consumo de carne sostenible, viviendas perdurables y transporte público
 - 7.3. aunar economía, ecología y equidad
 - 7.4. la proximidad de agricultura y procesos industriales, soberanía alimentaria
 - 7.5. el fin de los “alimentos viajeros” la agroindustria verde y la contaminación
 - 7.6. hacer visibles, frente a las catástrofes nucleares, (TEXTO): *pueblos autosuficientes en energía (Alemania) que se han desconectado de la red de distribución general, hospitales que funcionan exclusivamente con energía solar, o zoológicos que aprovechando las heces de los herbívoros producen toda la energía que necesitan sus instalaciones.*
 - 7.7. objetivo: empoderamiento de la sociedad civil, capacidad de respuesta crítica, participación y una información/comunicación comprometida con la mayor verdad posible o verdad de los ciudadanos.