

DEPÓSITO LEGAL ZU2020000153
*Esta publicación científica en formato digital
es continuidad de la revista impresa*
ISSN 0041-8811
E-ISSN 2665-0428

Revista de la Universidad del Zulia

**Fundada en 1947
por el Dr. Jesús Enrique Lossada**



Ciencias

Sociales

y Arte

Año 12 N° 34
Septiembre - Diciembre 2021
Tercera Época
Maracaibo-Venezuela

RESEÑA

González Pazos, Jesús (2020). *Medios de comunicación: ¿Al servicio de quién?* Buenos Aires: CLACSO.

Edwin Roger Esteban Rivera *

Los Estados democráticos habitualmente tienen tres poderes: Ejecutivo, Legislativo y Judicial, que al menos en plano teórico, cada uno de ellos mantiene independencia, pero al mismo tiempo, se combina una supervisión entre un poder y otro. Paralelo a estos poderes, ya desde el siglo XVIII, existe una forma de control y supervisión ciudadana hacia los tres poderes formales que, con el transcurrir de los siglos “cedió ese poder” a los medios de comunicación. Pero, según el planteamiento de Jesús González Pazos, autor de *Medios de comunicación: ¿Al servicio de quién?*, no solo se tiene el cuarto poder, sino un quinto que se mantiene oculto, el denominado poder económico, capaz de tener el control sobre los cuatro poderes anteriores en un régimen neoliberal.

El libro está estructurado en tres capítulos. En el primer capítulo: *Consideraciones previas*, González analiza los medios de comunicación masiva y sostiene que en todo el planeta, aunque con matices, estos se concentran cada vez en menos manos, que siempre pertenecen a las élites masculinas, económicas y financieras, al que denomina oligopolio mediático. Para esta aseveración parte del supuesto según el cual, en el neoliberalismo (como modelo económico, político y social) todo tiende a privatizarse, hasta la misma vida.

*Docente. Universidad Nacional Hermilio Valdizán, Huánuco, Perú. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4669-1268>. E-mail: edroer@gmail.com

Recibido: 29/05/2021

Aceptado: 16/07/2021

El autor cuestiona la libertad de expresión en un modelo económico neoliberal, argumentando que el Estado no regula los formatos de los medios de comunicación masiva: deja a que sea regulado por el propio mercado; es decir, se deja en libertad a los televidentes, oyentes o lectores a que en cualquier momento puedan decidir no seguir con tal o cual medio o programa. Todo es considerado como mercancía, sometido a las leyes del mercado. Sin embargo, “la comunicación, la información que se provee a la ciudadanía, no puede ser considerada como un simple hecho mercantil sino, al contrario, debería entenderse como un bien social, esencial para la convivencia y el desarrollo de la democracia en cualquier sociedad” (p. 17).

González es enfático en manifestar que los usuarios tienen pocas posibilidades de elegir porque la mayoría de los medios de comunicación en el mundo están concentrados en pocas manos. En América Latina, los dominadores del panorama mediático son: Televisa (México), Globo (Brasil), Clarín (Argentina) y el Grupo Cisneros (Venezuela).

González es muy crítico con los medios de comunicación en los modelos neoliberales, pero no es crítico con los medios de comunicación en los modelos autodenominados de “izquierda”, como el caso de Venezuela, que expropiaron y sometieron a los medios de comunicación a los fines de “su revolución”. Como se recuerda, el Grupo Cisneros propietario de Venevisión financió la campaña de Hugo Chávez en las elecciones de 1998; años más tarde, Gustavo Cisneros (presidente de Venevisión) y Chávez tuvieron fricciones, pero terminaron realizando un pacto de coexistencia y no agresión en 2004.

En el segundo capítulo: *Los grupos de comunicación dominantes*, el autor afirma que los medios de comunicación siempre estuvieron bajo el control de clases dominantes y el acceso a la información no siempre fue posible para las clases desposeídas. Si antes no todos podían adquirir un diario en formato escrito, hoy no todos pueden acceder a la compra de un televisor, mucho menos contar con los servicios de la televisión por cable o CATV (*Community Antenna Television*). Ni qué decir del acceso al internet, la pandemia de la COVID-19 hizo visible las brechas digitales existentes en el mundo, a la par que un grueso sector de la población no cuenta con el presupuesto para sufragar los gastos de estos servicios; muchos centros poblados rurales y urbanos marginales no cuentan con el servicio de internet. Además, “los intereses de campesinado, obreros, mujeres... nunca se veían reflejados en los medios de comunicación, salvo como meros actores de sucesos y casi nunca como sujetos políticos de los mismos” (p. 34). Muestra evidencias para argumentar que esta realidad no solo se da en

América Latina, sino también en Europa y en nuestro planeta en general. En estas circunstancias, expresa el autor, es difícil encontrar líneas editoriales que cuestionen el sistema neoliberal o el libre mercado.

Finalmente, en el tercer capítulo: *Hay otra comunicación posible*, se aborda la desinformación, hegemonía y fascismo como consecuencia de que los medios de comunicación masiva pertenecen a un reducido grupo de inversionistas. El autor sostiene: “La información que hoy se maneja llega, en la inmensa mayoría de las situaciones, filtrada, orientada, utilizada o tergiversada desde aquellas fuentes que hoy son controladas por cada vez menos grupos mediáticos” (p. 97), puesto que quienes tienen el control sobre los medios de comunicación establecen las líneas editoriales en base a sus intereses políticos y económicos.

Para contrarrestar el control sobre los medios de comunicación, González resalta el surgimiento de la comunicación alternativa, donde miles de organizaciones sociales a través de las redes sociales, realizan “contrapublicidad, creando y difundiendo vídeo social, impulsando el software libre, escribiendo en periódicos propios o incluso haciendo programas de televisión que visibilizan sus realidades, sus expectativas de vida, su riqueza cultural, sus demandas para una sociedad más justa y verdaderamente democrática” (p. 103).

Si bien el texto analiza la propiedad sobre los medios de comunicación en América Latina y el Mundo, así como las características de los medios de comunicación en un régimen neoliberal, González trata con mucha delicadeza a los líderes que él denomina “gobiernos progresistas”, tales como: Hugo Chávez, Nicolás Maduro, Rafael Correa, Lula da Silva, Nestor Kichner y Cristina Fernández, Evo Morales, Fernando Lugo, Manuel Zelaya, José Múgica, donde más de uno condicionó y expropió medios de comunicación para someterlos a sus intereses políticos, económicos y sociales.

Por consiguiente, nos encontramos ante un libro que devela el rol que cumplen los medios de comunicación en regímenes neoliberales, quedando pendiente investigar el rol que cumplen los medios de comunicación en países controlados por gobiernos de “izquierda” o “revolucionarios”. Las praxis de estos gobiernos, al menos en América Latina, son tan cuestionados desde la autodenominación de gobiernos “revolucionarios”, “socialistas”, como cuestionado es el proceso de enquistamiento en el poder estatal y en el control absoluto que ejercen sobre los medios de comunicación.