



Comentario bibliográfico

De Moraes, Denis, Ramonet, Ignacio, y Serrano, Pascual: *Medios, poder y contra-poder*, Buenos Aires, Biblos, 2014.

Florencia Lederman
Universidad de Buenos Aires
florlederman@gmail.com

Fecha de recepción: 12/05/2017
Fecha de aprobación: 08/06/2017

Publicado originalmente en portugués en 2013, *Medios, poder y contra-poder* registra con claridad el poder de influencia que los medios de comunicación tienen en el quehacer cotidiano y en la vida política de los países. Injerencia que, en los últimos años, se vio reflejada por ejemplo en la actuación de los medios hegemónicos brasileños en su apoyo al *impeachment* y golpe de Estado a Dilma Rousseff. O, retomando a Gramsci, en el rol de “partido de la oposición” cumplido por el diario argentino *Clarín* durante los años del kirchnerismo. En el subtítulo, “de la concentración monopólica a la democratización de la información”, Denis de Moraes, Ignacio Ramonet y Pascual Serrano, reconocidos especialistas en medios de comunicación, nos indican el espíritu crítico que nos encontraremos en las páginas subsiguientes. El libro está dividido en dos partes con tres capítulos cada una, elaborados por cada uno de los autores.

La presentación, escrita por Denis de Moraes, plantea el objetivo general del libro: la crítica al papel de los grandes medios de comunicación, tildando de falaz su idea de ser representantes de

la voluntad general. En este sentido, los autores buscan sostener una visión crítica del capitalismo, en el cual esos medios están inmersos, y de los usos de la tecnología. Se trata de interpelar críticamente una realidad contemporánea en la que los medios de comunicación son grandes actores de poder.

Para adentrarnos en los contenidos del libro aquí reseñado, es preciso realizar antes una digresión y señalar algunos de los fundamentos teóricos que, si bien no están desarrollados en *Medios, poder y contra-poder* (cuyo tono es eminentemente crítico), forman el sustrato del libro. Como ha sido largamente estudiado, los medios masivos son formadores de opinión y de representaciones sociales de la realidad. Los medios de difusión masiva son creadores de marcos para ver el mundo social, generadores y transmisores de ideologías, de miradas alternativas sobre la sociedad y sus problemas¹. Asimismo, colaboran fuertemente con la creación de la agenda de temas que una sociedad pone en discusión². El capital simbólico es prestigio, es un crédito que se da por descontado y que está inextricablemente unido al capital económico³, ejemplificado en las empresas que los financian o en los gobiernos a quienes apoyan por cuanto sus proyectos económicos favorezcan sus propios intereses capitalistas.

Es en este sentido que se dice que los medios de información son actores políticos relevantes. Borrat sostiene que el ámbito de actuación de los periódicos de información general es el de la influencia en el poder institucional: “el periódico pone en acción su capacidad para afectar el comportamiento de ciertos actores en un sentido favorable a sus propios intereses: influye sobre el gobierno, pero también sobre los partidos políticos, los grupos de interés, los movimientos sociales, los componentes de su audiencia”⁴. En la misma línea, Borrelli entiende que las publicaciones son “vehículos activos destinados a la conformación de espacios sociales, la construcción de públicos, la legitimación de corrientes de opinión, la influencia concreta en las decisiones políti-

1 Sidicaro, Ricardo: *La política mirada desde arriba: las ideas del diario La Nación 1909-1989*, Buenos Aires, Editorial Sudamericana, 1993.

2 Blaustein, Eduardo y Zubieta, Martín: *Decíamos ayer: la prensa argentina bajo el Proceso*, Buenos Aires, Colihue, 1998.

3 Bourdieu, Pierre: *El sentido práctico*, Buenos Aires, Siglo XXI, 2007.

4 Borrat, Héctor: “El periódico, actor del sistema político”, en *Anàlisi*, N° 12, 1989, pp. 67-80, cita en p. 67.

cas y de interés público”⁵. Por su parte, Gramsci afirma que los diarios o las revistas pueden ser entendidos como partidos políticos por su función dirigente, lo que fortalece aún más la idea de pensar a los medios como actores políticos⁶.

A partir de esta caracterización de los medios como formadores de opinión y actores políticos, Denis de Moraes, Ignacio Ramonet y Pascual Serrano se proponen pensar y discutir el rol los medios de comunicación en la actualidad desde América Latina y España. “Desde” y no “de”, porque a pesar que los autores son oriundos de esas regiones, el libro no plantea la situación de América Latina en particular, sino que propone una mirada global de los medios y así lo ilustra con sus ejemplos.

Los capítulos de la primera parte, “La colonización de los imaginarios sociales”, despliegan un panorama sobre el rol de los medios de comunicación, las características del sistema mediático, su relación con el mundo empresarial y, finalmente, con la democracia. En el primero de ellos, “Sistema mediático y poder”, Denis de Moraes sostiene que el “sistema mediático pretende estar encima de los poderes representativos del voto popular”. En línea con las ideas de Bourdieu, de Moraes afirma que los grupos empresariales de medios se relacionan con poderes económicos y políticos en mutua conveniencia. Según el autor, el discurso neoliberal se vale de los medios para redefinir y tomar posesión de sentidos y significados, así como el discurso mediático impone un control selectivo de las informaciones. Así, la influencia de las políticas neoliberales sobre los medios se observa en cómo éstas favorecieron la entrada del capital financiero, promoviendo la concentración monopólica de los medios a nivel mundial. En conclusión, afirma de Moraes, las empresas mediáticas funcionan con la misma estructura operativa que grandes corporaciones como General Motors, Mc Donald’s o Coca Cola.

El segundo capítulo, escrito por Ignacio Ramonet, se titula “Medios de comunicación: ¿un poder al servicio de intereses privados?”. Destacado periodista y ex director de *Le Monde Diplomatique*.

5 Borrelli, Marcelo: “Voces y silencios: la prensa argentina durante la dictadura militar (1976-1983)”, en *Perspectivas de la comunicación*, Vol. 4, No. 1, 2011, pp. 24-41, cita en p. 26. El autor hace referencia a las empresas editoras de grandes diarios argentinos como *Clarín*, *La Nación*, *La Opinión*, *La Prensa* y *La Razón*, quienes privilegiaron sus propios intereses frente a la dictadura iniciada en 1976, y se adaptaron a las demandas del poder político.

6 Gramsci, Antonio: *Notas sobre Maquiavelo*, Buenos Aires, Nueva Visión, 2008.

tique, Ramonet caracteriza a los medios en la misma línea que de Moraes, pero agrega una aguda opinión que permite abrir el debate sobre el papel de los medios de comunicación en la política. De acuerdo al autor, los medios de comunicación son un problema para la democracia porque no satisfacen a los ciudadanos sino que actúan al servicio de los intereses de sus dueños y, porque siendo el famoso cuarto poder (que funciona como contrapeso de los otros poderes de la democracia), es el único que no tiene contrapoder. Luego, no es democrático. El planteo de Ramonet, aunque provocativo, no está exento, por cierto, de algunas contradicciones. En efecto, ¿cómo puede un actor no democrático ser a la vez el contrapeso de los otros actores de la democracia?

El último capítulo de esta sección, “Democracia y libertad de prensa”, está escrito por Pascual Serrano. En consonancia con los otros capítulos de esta parte, el autor, periodista y autor de diversos libros sobre el periodismo y los medios de comunicación, hace una descripción del cuarto poder y agrega que los medios ejercen “libertad de censura”, en el sentido que deciden qué se publica y qué no. Se han convertido en interceptores más que en transmisores de información poniendo de esta manera en discusión las ideas de libertad de prensa y libertad de expresión. Coincidiendo con Ramonet, Serrano concluye que los medios son el principal poder de las democracias, en tanto el principal poder es la opinión pública que los propios medios generan.

En estos tres primeros capítulos, en síntesis, los autores hacen honor al espíritu del libro que propone una crítica mordaz al lugar que ocupan los medios de comunicación en la política y en la vida democrática. Cabe destacar que esa crítica es acompañada por ejemplos que ilustran ese rol y las características que los autores les adjudican a los medios. Sin embargo, vale también mencionar que los ejemplos citados no corresponden a grupos mediáticos latinoamericanos (ni a su rol específico en la región), sino europeos o estadounidenses como Disney, News Corporation, Time Warner, CBS, Viacom, entre otros.

La segunda parte del libro dirige la mirada hacia algunos medios que sí trabajan en pos de la independencia y la pluralidad del periodismo. El capítulo a cargo de Ramonet se titula “La explosión del periodismo en la era digital”. El autor ofrece un cuadro de la situación actual del periodismo y sostiene que la profesión está perdiendo lugar por el desarrollo de internet, ya que,

ahora, cada ciudadano no es sólo receptor de información sino también un potencial transmisor. Esta situación de desplazamiento también implica una precarización laboral para los periodistas profesionales que Ramonet denuncia contundentemente, sobre todo en los grandes medios de comunicación.

En “Agencias alternativas en red y democratización de la información en América Latina” Denis de Moraes da cuenta de la existencia de medios y agencias alternativas que trabajan fundamentalmente a través de la red. En esta investigación, el autor busca analizar las experiencias de agencias latinoamericanas no dependientes del gran capital ni de los controles de los medios masivos. Toma varios ejemplos, especialmente de Argentina, donde funcionan varias organizaciones de este tipo (como la agencia Rodolfo Walsh). De Moraes concluye que las agencias alternativas contribuyen a la creación de un periodismo crítico, ético y con compromiso social.

Finalmente, en su capítulo “Otro periodismo es posible en internet” Pascual Serrano describe la experiencia del sitio web *Rebellion.org*, primera agencia de noticias en la red, fundada en 1996, cuando internet recién estaba naciendo. El autor cuenta que el objetivo original del sitio era ser una agencia de noticias que proporcionara información a medios alternativos. Sus fundadores no pensaron que la ciudadanía en general los leería. La aparición de internet y las nuevas formas de comunicarse han puesto en crisis el sistema empresarial tradicional y suponen el desafío de lograr una “verdadera revolución no sólo tecnológica sino democrática y participativa”, expresa Serrano. A partir de esta idea, el autor expone una serie de necesidades y luego pasos a seguir en ese sentido de la democratización.

En esta segunda parte, “Por un periodismo independiente y plural”, los autores plantean las posibilidades que se abren con la llegada de internet pero a la vez las dificultades u obstáculos que puede generar al periodismo, por ejemplo la precarización laboral, según Ramonet. De Moraes y Serrano, por su parte, ponen el foco en las posibilidades que brinda internet, lo que expresa una tensión entre los autores.

Medios, poder y contra-poder es un libro que recorre la situación actual de los medios concentrados de comunicación, del periodismo y de las vías alternativas de información. Los tres autores son académicos de renombre en sus áreas con gran experiencia no sólo en la investigación sino también en el trabajo cotidiano en medios de comunicación, lo que significa que la crítica presentada se basa en un gran conocimiento de la cuestión. Los capítulos elegidos para cada parte tienen una clara conexión entre sí y esto, aunque por momentos la información pueda ser algo repetitiva, le otorga coherencia al libro en general. Por otro lado, se procuró reponer un marco teórico que el libro, lamentablemente, no menciona. Más allá de eso, el texto definitivamente ilustra la situación actual de los medios de comunicación con una mirada crítica aguda e inteligente.