



# MEDIOS DE COMUNICACIÓN: ¿AL SERVICIO DE QUIÉN?





Mugarik Gabe es una organización de solidaridad y cooperación internacionalista, creada en el año 1987. Trabajamos por impulsar un desarrollo humano integral; no solo económico, sino también político, social, individual y colectivo. Equitativo entre mujeres y hombres, y entre los pueblos, así como sostenible para las generaciones presentes y futuras. Pretendemos avanzar, junto a otras organizaciones sociales, desde el reconocimiento y denuncia de las causas que originan las desigualdades e injusticias hacia la construcción de sociedades auténticamente despatriarcalizadas, verdaderamente democráticas y justas para las grandes mayorías, y respetuosas de todos los derechos humanos individuales y colectivos para todas las personas y pueblos.

### **Mugarik Gabe**

([www.mugarikgabe.org](http://www.mugarikgabe.org))

Facebook: Mugarik Gabe

Twitter: @mugarikgabe

### **ARABA**

Casa de Asociaciones «Itziar». Pza. Zalburu s/n

01003 Vitoria-Gasteiz

945277385 ([araba@mugarikgabe.org](mailto:araba@mugarikgabe.org))

### **BIZKAIA**

Grupo Vicente Garamendi 5, lonja

48006 Bilbao

944154307 ([bilbao@mugarikgabe.org](mailto:bilbao@mugarikgabe.org))

### **GIPUZKOA**

Katalina Elizegi 46, bajo, pta 3

20009 Donostia

943445977 ([gipuzkoa@mugarikgabe.org](mailto:gipuzkoa@mugarikgabe.org))





JESUS GONZÁLEZ PAZOS

# MEDIOS DE COMUNICACIÓN: ¿AL SERVICIO DE QUIÉN?



Icaria ♣ Más Madera







Este libro ha sido editado en papel 100% Amigo de los bosques, proveniente de bosques sostenibles y con un proceso de producción de TCF (Total Chlorin Free), para colaborar en gestión de los bosques respetuosa con el medio ambiente y económicamente sostenible

Licencia Creative Commons de Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 2.5 España

Usted es libre de copiar, distribuir y comunicar públicamente la obra, y hacer obras derivadas bajo las condiciones siguientes:

 Reconocimiento. El material puede ser distribuido, copiado y exhibido por terceros si se muestra en los créditos.

 No comercial. No puede utilizar esta obra para fines comerciales.

 Compartir igual. Si altera o transforma esta obra, o genera una obra derivada, sólo puede distribuir la obra generada bajo una licencia idéntica a esta.

Esto es un resumen legible del texto legal (la licencia completa) se encuentra disponible en <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/2.5/es/legalcode.es>

Esta publicación se ha llevado a cabo con la colaboración de la Agencia Vasca de Cooperación Internacional para el Desarrollo del Gobierno Vasco-Eusko Jaurlaritza. El contenido de esta publicación es responsabilidad del equipo que lo ha elaborado y/o autor, y no compromete a la Agencia Vasca de Cooperación para el Desarrollo como entidad por su elaboración.



GARAPENERAKO  
LANKIDETZAREN  
EUSKAL AGENTZIA

AGENCIA VASCA DE  
COOPERACIÓN PARA  
EL DESARROLLO



EUSKO JAURLARITZA  
GOBIERNO VASCO

© Jesus González Pazos

© Icaria editorial, s. a.  
Bailèn, 5 - 5 planta  
08010 Barcelona  
[www.icariaeditorial.com](http://www.icariaeditorial.com)

Primera edición: abril de 2019

ISBN: 978-84-9888-899-7  
Depósito legal: B 8913-2019

Fotocomposición: Text Gràfic

Impreso en ULZAMA (Navarra)

*Printed in Spain - Impreso en España.*





# ÍNDICE

## Introducción 9

Medios de comunicación: el cuarto poder 9

### I. Consideraciones previas 13

Concentrando los medios: los antecedentes 13

Neoliberalismo y concentración 16

Democracia, ideología y control social 20

Democracia y creación de verdades 26

### II. Los grupos de comunicación dominantes 33

Algunas consideraciones necesarias 33

Los grandes en el mundo 38

¿Y en el Estado español qué? 46

¿Y quiénes son ellos? 52

¿Y qué piensan sobre América Latina? 62

Los grandes grupos mediáticos en América Latina 72

¿Y quiénes son en América Latina? 79

Cerrando el capítulo 91

### III. Hay otra comunicación posible 95

Desinformación, hegemonía y fascismo 95

Comunicación o pensamiento único 100

Caminando hacia otra comunicación 105

La otra comunicación como posibilidad real 108

Primera experiencia: Comunicación Indígena  
en el continente americano 110

Una fotografía contra la invisibilidad 110





Comunicación siempre ligada a los pueblos 114

Repasando las claves políticas 115

Desbordando las fronteras 117

Refundiendo las bases políticas 119

Segunda experiencia. Plurinacional TV, comunicación  
televisiva indígena y campesina 121

Bolivia: incursionando en lo audiovisual 121

Tercera experiencia. Prensa Comunitaria, otro periodismo  
posible 128

Guatemala, haciendo prensa desde las comunidades 128

Bibliografía 139





*Pero, ¿quién critica al poder mediático? Es el único en nuestras sociedades que no tiene contrapoder. Luego, no es democrático. No estamos cuestionando la libertad de expresión; estamos diciendo que los medios de comunicación, en nombre de la libertad de expresión, no aceptan ningún tipo de crítica. ¿No la aceptan en nombre de la libertad de expresión o no la aceptan en nombre de la libertad de empresa? Ese es el problema, porque ¿qué es lo que defienden? En general son empresas mediáticas que evidentemente no aceptan la crítica; si alguien critica la institución mediática, se ve inmediatamente excluido del juego democrático.<sup>1</sup>*

---

1. Moraes, Dênis; Ramonet, Ignacio; y Serrano Pascual. *Medios, poder y contrapoder. De la concentración monopólica a la democratización de la información*. Editorial Biblos. Buenos Aires. 2013.









# INTRODUCCIÓN

## **Medios de comunicación: el cuarto poder**

La historia del liberalismo político establece como característica esencial de los sistemas democráticos contemporáneos su constitución sobre la base de los llamados tres poderes: ejecutivo, legislativo y judicial. Una segunda característica, centro también del funcionamiento democrático, radica en la independencia que mantienen los distintos poderes, pero combinada con una importante supervisión también de los unos sobre los otros. No se pretende ahora profundizar sobre la idoneidad de este sistema o respecto a su buen funcionamiento, aunque, sin duda, hay opiniones para todos los gustos.

Nos interesaba recordar esas ideas para entender mejor la ubicación en el sistema dominante actual del que denominaremos como «cuarto poder». Este da sus primeros pasos, al igual que los anteriores, en los lejanos tiempos de las revoluciones francesa y norteamericana y no, como pudiera pensarse, en épocas mucho más recientes. Así, ya en los finales del siglo XVIII, se acuñó dicho término para hablar de los incipientes medios de comunicación como aquellos que conformarían ese cuarto poder. Ciertamente es que, entonces, se entendía como un poder de la ciudadanía, que encontraba su función esencial en la vigilancia de las actuaciones





de los otros tres. Se instauraban el ejecutivo, legislativo y judicial como los poderes del Estado para un buen gobierno en favor de la mayoría social y frente a la monarquía absoluta donde todo el poder residía en el soberano. Pero se intuía, ya entonces, que estos tres poderes debían estar, de alguna forma, supervisados para que sus actuaciones fueran transparentes, limpias y con el necesario equilibrio. Por supuesto, como ya se ha dicho, todo ello en teoría para mayor beneficio del pueblo, que era a partir de estos momentos y en este sistema, quien tomaba en gran medida las riendas de la vida política y social de los estados. Pero, como decíamos, a pesar de ello, y dado que el paso de la teoría a la práctica siempre provoca disfunciones importantes y nuevas responsabilidades, derechos y deberes que se pueden quedar por el camino, parecía imprescindible habilitar alguna forma extra de control que aumentara las garantías del buen funcionamiento de los tres poderes fundamentales instituidos.

Este cuarto poder y sus derroteros en el tiempo más cercano es sobre lo que, en alguna medida, centraremos este trabajo. Pero no haremos un repaso histórico de su evolución desde los tiempos de la revolución francesa hasta nuestros días, sino que, una vez ubicados los orígenes y pretensiones del poder mediático, daremos un salto temporal —prácticamente hasta los años más recientes— para plantear algunos elementos, nuevamente fundamentales, que nos permitan empezar a entender el papel que hoy juegan los medios de comunicación. Con el objetivo de certificar hasta qué punto siguen cumpliendo esa función de vigilancia ciudadana de los tres poderes o si, por el contrario, han acabado imbricados, confundidos y en absoluta complicidad con alguno de estos, con todos ellos, o supeditados a otros distintos.

Así pues, sumemos ahora a este escenario un nuevo poder que se descubre históricamente como semioculto con respecto





a la política y la institucionalidad, pero que siempre las ha dominado y que en las últimas décadas ha ganado una presencia y poder en grado superlativo. Nos referimos evidentemente al poder económico que, en el actual sistema neoliberal, con su ambición y control casi absoluto sobre los ámbitos políticos y sociales, se ha convertido en una amenaza innegable para los tres poderes esenciales del liberalismo y para sus funciones y prerrogativas en un marco pretendidamente democrático. Podemos así, afirmar que el poder económico es hoy un actor fundamental. No solo para el discurrir de la propia economía, sino también para el mismo sistema político y social. Afortunadamente, y a pesar de lo anterior, aún podemos reconocer el hecho de que nuestras sociedades todavía mantienen, aunque debilitadas, ciertas formas de control público y mecanismos democráticos sobre el funcionamiento y ordenación de los tres poderes esenciales.

Por el contrario, respecto a ese cuarto poder del que hablaremos, tenemos que afirmar que, en estos días, está en su casi totalidad, por lo menos cuando nos referimos a los medios de comunicación masivos; permeado y bajo el control de las élites económicas que, además, hay que recordarlo, son en su inmensa mayoría élites masculinas. Esta situación de dominación supondrá una evidente retroalimentación de conceptos y visiones desde el mundo económico al comunicacional donde, entre otras, será también dominante la visión patriarcal. Pero podemos ir más allá aún y, al hilo de ese sometimiento al poder económico, recuperar la cita inicial que abre esta introducción para entender que el cuarto poder, el mediático, además de estar hoy supeditado a las élites económicas, ante la ausencia de un contrapoder que lo reequilibre y controle en sus actuaciones, no es un poder necesariamente democrático. Sobre todo esto, entre otros aspectos, iremos profundizando en las páginas siguientes y,





de alguna forma, en la totalidad de este ensayo. En los últimos capítulos, hablaremos también de ese posible contrapoder que constituiría la comunicación alternativa, comunitaria, basado en la sociedad civil.

