



Los medios de comunicación nos aplastan. Por Roberto Pizarro Hofer

Posted on Abril 23, 2024

A final de cuentas, los medios de comunicación nos aplastan, favoreciendo la obediencia y limitando el pluralismo. El poder y las mercancías se mezclan y nos dominan. La voluntad ciudadana es acosada y la autonomía para elegir es muy reducida. Si dejas de consumir no existes. Y si te rebelas ante el poder eres acallado.

La sociedad transparente no existe, hoy menos que nunca. En Chile, **el dominio de los medios de comunicación sobre nuestras mentes se ha acentuado**. Vivimos en una sociedad opaca, con información controlada, que anula las diferencias, que agrede las disidencias, creando una aplastante uniformidad.

Los medios de comunicación actuales, sobre todo radios y canales de televisión, **reproducen la voz del poder económico y de los políticos que lo representan**. Y, los que desean modificar el orden establecido, son silenciados. Así, los dogmas, el pensamiento único, como en la Edad Media, han sido instalados por comunicaciones sofocantes.

¡Qué diferencia con los años de la **Unidad Popular**, e incluso antes, cuando junto a la prensa de derecha existían diarios de izquierda como *Clarín*, *Puro Chile*, *El Siglo* y la *Ultima Hora*! Y, los canales de televisión eran de las universidades, obligadas a informar con decencia. En esos años había transparencia

informativa, el pluralismo existía. Ello era expresión manifiesta de una democracia viva, sin controles, en que **el poder del dinero tenía límites, sin el desenfreno de nuestros días.**

Hoy día la situación es distinta. El capitalismo del siglo XXI no sólo se ha apropiado de la mayor parte de la riqueza nacional, sino que subordina a sus intereses a gran parte de la clase política, y sobre todo es dueña de casi todos los medios de comunicación. Los canales de televisión y las radios del país son de su propiedad, **lo que ha facilitado consolidar la hegemonía del gran capital en la sociedad.**

Los temas de interés de la oligarquía empresarial son agenda nacional, gracias a las imágenes, contenidos e ideas, que reproducen los medios que controla. Los ciudadanos comunes han sido reducidos a conciencias pasivas. **Se conversa lo que los medios quieren que se converse y se ve lo que quieren que veamos.**

Las iniciativas ciudadanas y sus protestas, e incluso hoy día, las políticas transformadoras del actual gobierno encuentran una inmediata contestación en los medios de comunicación del poder. La desproporción informativa y de opinión es abismante.

Los matinales de los canales de televisión son el paradigma. Acosan todos los días, destacando *ad nauseam* la presencia delincencial de los extranjeros y la incapacidad del gobierno para controlarla. Y son escasas las informaciones y análisis alternativos, con periodistas domesticados y bien pagados por el poder económico.

Así, **la ciudadanía ve y escucha solo una línea comunicacional**, defensora del orden establecido y con escasos matices cuestionadores. La hegemonía cultural sobre el modelo neoliberal está sólidamente instalada y la crítica existe en los márgenes.

Marx, en su tiempo, dijo que la religión era el opio de los pueblos porque calmaba a los hombres, sosegaba sus sufrimientos y le entregaba la miseria de la paciencia. **Ahora, el opio del pueblo son los medios de comunicación**, que adormecen las conciencias de quienes son los explotados por el poder.

¡Qué mejor ejemplo que la ofensiva mediática contra las protestas ciudadanas del 2019, a las que generalizaron como acciones delincuenciales!

Los medios de comunicación han asumido la tarea de domesticar a la ciudadanía, no permitiéndoles dudar del poder establecido. Y se han organizado para impedir el despliegue de un pensamiento independiente. Así han reducido la conciencia crítica. A ello se agrega otro componente de la domesticación: **la superficialidad de los programas de entretenimiento y de las publicidades.**

En efecto, los medios de comunicación exigen que periodistas y comunicadores publiciten en vivo para

empresas, farmacias y locales de comida rápida. **Ello es parte de la hegemonía cultural que vivimos.** En vivo y directo, periodistas destacados arremeten contra la delincuencia y, al mismo tiempo, hace publicidad en favor de marcas, viajes al Caribe y casas comerciales. En esa contradictoria mezcla, se despliegan, sin vergüenza, los profesionales de las comunicaciones.

Así, periodistas famosos, en matinales de la televisión, reproducen las ideas del poder y publicitan mercancías. La TV se ve de igual manera en La Dehesa y Lo Hermida, en Las Condes y Pudahuel, pero **con una diferencia preocupante en cuanto a la publicidad.** Porque en las poblaciones marginales viajar al Caribe o comprar vehículos resulta imposible y, más bien, las aspiraciones de consumo se satisfacen con la droga o el robo.

A final de cuentas, los medios de comunicación nos aplastan, **favoreciendo la obediencia y limitando el pluralismo.** El poder y las mercancías se mezclan y nos dominan. La voluntad ciudadana es acosada y la autonomía para elegir es muy reducida. Si dejas de consumir no existes. Y si te rebelas ante el poder eres acallado.

Por Roberto Pizarro Hofer – Economista. Colaborador de El Maipo

Nota: El contenido vertido en esta columna de opinión es de exclusiva responsabilidad de su autor, y no refleja necesariamente la línea editorial El Maipo.