

cambios que pueden provocar en los comportamientos de los usuarios y se reflexiona sobre la necesidad de la educación mediática, así como sobre los problemas que debe atajar esta materia, especialmente entre los más jóvenes.

Bajo el título “Saberes fronterizos: la educación mediática en los estudios de comunicación” se presenta el capítulo 6 donde se pone de manifiesto que la dimensión tecnológica es la única excepción a las carencias de la ciudadanía, se ha extendido el uso instrumental pero no se ha incrementado en la misma medida los esfuerzos por implementar una formación para la reflexión crítica, ética y estética. Además, aunque es unánime la opinión de que la EM es básica para la formación de la ciudadanía, existe la disparidad a la hora de traducir esa necesidad en el ámbito de la formación de futuros comunicadores.

Otra de las dimensiones que merecen un capítulo en este libro es la ética, una asignatura fundamental en la formación de los futuros comunicadores. Por eso, en el capítulo 7 “La ética en la formación de los comunicadores en España” se analiza cómo se concreta esta asignatura en los planes de estudio de los distintos grados de comunicación española y qué dimensiones de la EM incorporan esas asignaturas en las universidades de Comunicación españolas.

Finalmente, el capítulo 8 “Nuevos retos para la educación mediática” plantea los grandes reduccionismos de la formación que se imparte en las facultades de Educación y Comunicación: reduccionismo a lo racional y escasa importancia de lo emocional; reduccionismo informativo y escasa importancia del entretenimiento; reduccionismo a lo consciente y escasa importancia de lo inconsciente y finalmente, la actitud crítica, ya que la enseñanza la asocia al pensamiento crítico no fomentando la actitud y la autocrítica.

En resumen, dos investigaciones complementarias e imprescindibles que aportan al lector las nociones básicas sobre la importancia de la educación mediática a la vez que evidencia la necesidad de incorporar en el sistema educativo el tratamiento de la competencia mediática en el currículo oficial en cualquiera de sus niveles, desde infantil a la universidad. A través de los diferentes capítulos, los autores reivindican, por un lado, la necesidad de implantar la educación mediática en todos aquellos entornos en los que no se imparte, y por otro, la necesidad de revisar y modificar algunos de los parámetros en los que se sustenta en aquellos entornos en los que sí se imparte con el fin de lograr una cultura y una comunicación más democrática y participativa. [[subir](#)]

María Dolores Ortiz-Herrera
Universidad de Sevilla

BLOWING THE ROOF OF THE TWENTY-FIRST CENTURY

McCHESNEY, Robert W. (2014). *Blowing the roof of the Twenty-First Century*. New York.

Blowing the roof of the Twenty-First Century (New York, 2014) es una recopilación de ensayos escritos por Robert W. McChesney, muchos de los cuales han aparecido en *Monthly Review*. Dividido en cuatro partes, el autor incide sobre cuestiones ya tratadas en otras obras suyas, aunque resultan interesante algunas consideraciones a tener en cuenta para la Economía Política de la Comunicación.

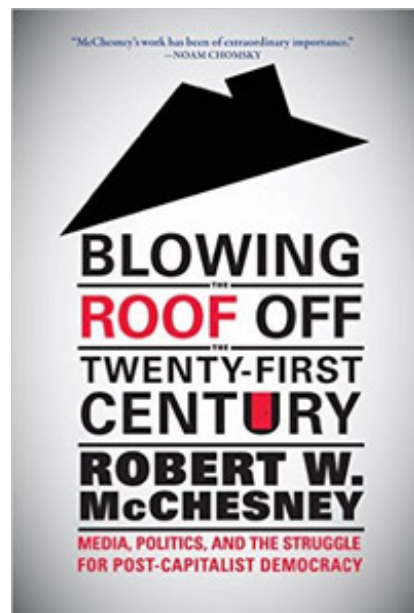
En primer lugar, destacamos su propuesta al hablar de un Democracia Postcapitalista, recuperando la tradición de líderes pensadores de izquierda de los años sesenta para construir una sociedad basada en un sistema de medios libre, sin censura, descentralizados y no comerciales. McChesney opta por el término Democracia Postcapitalista, aunque reconoce que en esencia se trata de recuperar el socialismo, pero evitando la discusión filosófica y terminológica que este término podría traer. Para alcanzar esta sociedad Postcapitalista, y en el caso de Estados Unidos, el autor habla de acabar con los gastos militares y también de la necesidad de articular un movimiento popular que permita generar instituciones efectivas para cambiar las formas de poder establecidas. Relacionado con esto,

McChesney considera más necesario que nunca la construcción de un partido de base trabajadora, anti neoliberal y que actúe como contrapoder. De igual manera, realiza un total de 16 recomendaciones para llevar a cabo la transformación social en Estados Unidos, centradas en medidas estatales que garanticen vivienda, sanidad y hasta programas de alimentación para los más desfavorecidos, además de educación pública, protección medioambiental y un sistema de comunicaciones público. El autor considera que el sistema capitalista está agotado, y que muestra de ello son las movilizaciones de Wisconsin y el movimiento Occupy Wall Street.

La otra cuestión importante del volumen es la consideración de Estados Unidos como una Dólarcracia, jugando terminológicamente con la idea de que “el papel del dinero (dólar) es más importante que el papel del pueblo, construyendo una forma específica de plutocracia” (p. 71). A su entender, esta Dólarcracia viene acompañada de políticas que aceleran la desigualdad en la sociedad estadounidense. También pone de manifiesto que algunas medidas que podían ser llevadas a cabo por el poder político en beneficio del capitalismo, como proyectos públicos, impuestos progresivos o leyes *antitrust*, son sin embargo rechazadas por los intereses corporativos de la Dólarcracia. La explicación de esto es, según McChesney, que las corporaciones prefieren una economía en crisis que una economía en auge dirigida por políticas estatales, ya que esto último puede poner en peligro su control sobre el gobierno y su situación de dominio. La Dólarcracia agudiza tres cuestiones: la crisis medioambiental, la expansión militar y la erosión de las libertades civiles. El autor analiza los ingentes gastos militares en Estados Unidos, lo que hunde sus raíces en lo que denomina el Keynesianismo militar como forma de activar la economía. Cree que esta cuestión viene además legitimada por una propaganda de guerra activada por los medios.

La tercera parte se centra en medios y política, a través de una entrevista de Megan Boler a McChesney sobre Comunicación, Estado y reforma del sistema. Posteriormente hace un análisis sobre los libros *Public Opinion* y *The Phantom Public*, de Walter Lippman, con especial atención a la consideración que hace sobre el periodismo y las instituciones que lo producen, no como negocios privados sino como organizaciones públicas.

El último capítulo de la tercera parte está dedicado a su experiencia personal en la radio pública de Estados Unidos. Esta vivencia le permite analizar el giro conservador de los medios *mainstream* en su país haciéndose eco de la propia derechización de los dos grandes partidos. Con este contexto, McChesney explica cómo entre 1993 y 2003 participó en más de 1.000 tertulias en la radio, la mayor parte de ellas en emisoras comunitarias o públicas, y muy pocas en emisoras privadas. Considera así que el tercer sector y el ámbito público son imprescindibles para que se oigan otras voces fuera de los medios mayoritarios que solo ofrecen un punto de vista. Cuenta también su experiencia con el programa *Media Matters*, que se emitió hasta 2012, en WILL-AM, una radio de la Universidad de Illinois, donde entrevistó a voces discrepantes del discurso dominante como Noam Chomsky, Norman Solomon, Michael Moore, Amy Goodman o Naomi Klein.



Para cerrar el volumen, McChesney realiza una revisión de lo que denomina el aparato cultural del capital monopolístico, basándose en la obra *Monopoly Capital*, de Paul Baran y Paul Sweezy(1966), con especial atención a un capítulo no publicado entonces y descubierto en 2011, bajo el título “Calidad de la Sociedad del Monopolio Capitalista”. Esto le sirve para relacionar a los autores con la Escuela de Frankfurt y el concepto de aparato cultural, derivado de Brecht, Fromm o Horkheimer, entre otros autores. La idea de dominación cultural está implícita en este concepto para mantener el orden social y la alienación a través de un conjunto de ideas y formas de vida. A partir de todo ello, Baran y Sweezy se centran en las industrias culturales, en las que el creador está cada vez más controlado por el aparato cultural. Además, en la industria de la televisión el capital monopolístico está cada vez más interesado en maximizar ventas y beneficios a partir de alcanzar la mayor audiencia posible (p. 205). También analiza en este capítulo el panfleto *The Existing Alternatives in Communications*, de Raymond Williams, publicado por la Fabian Society en 1962. Se trata de texto que resulta de una actualidad evidente, ya que Williams afirmaba entonces que el control de la comunicación es de una importancia suprema y que el dominio de los medios por parte del poder supone un desastre para la humanidad y para la democracia.

El último capítulo del libro está dedicado al movimiento por la reforma de los medios en Estados Unidos que surge a partir de 2003, cuando la Comisión Federal de Comunicaciones (FCC), bajo la administración Bush, intentó dar una vuelta de tuerca a los niveles de concentración. McChesney analiza cómo las políticas de comunicación en su país se han ido escapando de la influencia popular, lo que explica por qué se produce finalmente ese movimiento social de reforma de los medios. Entre las propuestas que se incluían en dicha reforma estaban: poner fin al oligopolio de los proveedores de servicios en Internet, tratar que estos monopolios estén bajo control y guiados por protocolos de acceso libre y considerar el periodismo como un bien público.

El volumen, en líneas generales, viene a confirmar las tesis que Robert McChensey ya ha expuesto a lo largo de otras obras y ensayos, pero siempre resulta interesante releer al autor estadounidense. En esta ocasión, quizás destaquemos el carácter activista que mantiene en su trabajo, porque más allá del análisis, se percibe en todo el libro una llamada a la acción para transformar el orden establecido. [\[subir\]](#)

Aurora Labio
Universidad de Sevilla