¿Qué hay detrás de la reestructuración de medios públicos anunciada por Maduro?

El presidente de Venezuela, Nicolás Maduro, ordenó este lunes 21 de agosto reestructurar el sistema de medios públicos, dedicados en gran medida a la propaganda y a la difusión de logros del Gobierno, para “ponerlos al servicio de las grandes mayorías”, aunque no precisó cómo se propone llevar a cabo.

En este contexto, la investigadora Luisa Torrealba, docente del Instituto de Investigaciones de la Comunicación (Ininco) de la UCV, lamentó que estos medios sean gestionados con recursos públicos, porque no cumplen con la misión y el criterio de ser unos “auténticos” servicios públicos.

“Estos medios son usados como instrumento para la propaganda del partido de Gobierno”, expresó durante una entrevista en el programa En Este País de Radio Fe y Alegría Noticias.

Asimismo, opinó que están alejados de una verdadera producción y programación inclusiva, plural y diversificada.

Agregó que prevé una agudización de los esquemas difusión de contenidos propagandísticos, “sobre todo considerando que en 2024 se realizarán las elecciones presidenciales”.

En el contexto de procesos electorales se ha observado, según la investigadora, el aumento de las alocuciones del presidente a través de cadenas nacionales, en donde se difunde “contenido ideológico” o se promueve las actividades del presidente de la República o voceros de alto poder en el Ejecutivo.

Por otra parte, Torrealba lamentó que los mensajes que deberían ser de corte cultural o educativo, y que deberían transmitirse de manera gratuita, según lo establece el artículo 10 de la Ley de Responsabilidad de en Radio y Televisión, mejor conocida como “Ley Resorte”, terminan siendo para promover propagada de gestión de algunos organismos.

También dijo que durante los procesos de campañas electorales se ha observado la “inequidad y desproporción” que tienen las distintas opciones electorales para dar a conocer sus propuestas.

Añadió que un tercer elemento sería el incremento de espacios en

estos medios para criminalizar y descalificar las otras opciones electorales.

No hay satisfacción

“Estaríamos hablando de un mensaje político, partidista, empujado en la campaña electoral”, dijo.

Recomendó a la colectividad a “alfabetizarse mediáticamente”, para identificar información de toda índole, para así tener mayores herramientas criticas, “sobre todo para hacerle frente al fenómeno desinformación”.

Con información de Radio Fe y Alegría Noticias