

Los amos de la prensa

por Ernesto Carmona

La enorme variedad de diarios, revistas, radios y otros medios de comunicación, a cual damos el calificativo de prensa, lejos de constituir una riqueza por su aparente imagen de variedad informativa, constituye más bien una uniformidad de la información, controlada por unos pocos y poderosos grupos comerciales. Esto constituye una nueva manera de dominación, por la influencia y control que ejercen estos sobre las conciencias de las poblaciones. Este fenómeno nunca antes visto en la evolución de la historia humana. Nuestro colega Ernesto Carmona, periodista chileno nos describe las ramificaciones y otros tentáculos de estos grupos patronales en América Latina representados por la SIP (Sociedad Interamericana de Prensa).

«La diseminación de noticias y opiniones se ha convertido en una rama de los grandes negocios y, como los demás grandes negocios, ha avanzado a la etapa oligopolista. Como tal, se ha convertido en el casi monopolio de un puñado de grandes empresas... Pero, la diseminación de noticias y opiniones no es un proceso productivo ordinario. Está íntimamente ligado a la existencia de la democracia efectiva... Existe un límite a la monopolización de la opinión que la democracia no puede rebasar y seguir siendo efectiva –y ésta será, por supuesto, la tendencia política a favor del gran capital–, entonces es casi imposible que el pueblo haga una elección racional. Estas cuestiones, y no tanto las formas constitucionales, serán las que realmente importen en las luchas políticas de la segunda mitad del siglo».

Esto fue publicado en 1954 por el socialista británico John Strachey, en su libro El capitalismo contemporáneo. Ha pasado más de medio siglo, pero su pensamiento sigue plenamente vigente hoy, cuando -parodiando al Manifiesto comunista de 1848 un nuevo fantasma recorre el mundo, y esta vez es el fantasma de la crisis final del capitalismo, la gran crisis terminal, global, mundial...

También precisamente hoy, la **Sociedad Interamericana de Prensa (SIP)** es una organización de Estados Unidos que reúne a los grandes dueños de periódicos de ese país y de América Latina.

En la práctica, la SIP opera como brazo periodístico del gobierno estadounidense en la región interamericana, como un complemento imperial facilitador de las políticas regionales del departamento de Estado y del Pentágono. Los grandes dueños estadounidenses de periódicos manejan a la SIP con una visión del mundo que coincide con la óptica del poder imperial de Washington, arrastrando consigo a la comparsa de las oligarquías propietarias de periódicos de América Latina.

El periodismo escrito representado por la SIP se ha hecho llamar habilidosamente «cuarto poder». También ha teorizado sobre una pretendida imparcialidad, aderezada con otro mito: la doctrina supuestamente científica de una inexistente «objetividad». Con estas enseñanzas del periodismo estadounidense, más la manida «pirámide invertida», se han formado generaciones de periodistas latinoamericanos, moldeados en la teoría del engaño al prójimo.

Con el transcurso de los años se han convertido en expertos practicantes de la auto-censura e intérpretes de los deseos de sus jefes de redacción, que por su parte conocen al dedillo los deseos más profundos de sus patrones, los dueños de los diarios. En la región abundan los maestros en ocultar noticias o en tergiversarlas dándoles una aparente de imparcialidad, tal como la cadena de noticias CNN le saca brillo a sus informes sesgados, inconexos, a veces sin sentido, pero recargados de intencionalidad política des-informadora.

La teoría y práctica del engaño pretenden hacer creer a los lectores que los propietarios de periódicos son también los dueños de la verdad. Se atribuyen facultades de superioridad sobre la sociedad que nadie nunca les otorgó y actúan como si hubieran sido elegidos para formar parte del Estado según el concepto de separación de poderes. Los ciudadanos de la región mal que bien eligen a sus presidentes, legisladores y muchas veces éstos designan a los jueces. Desde la Revolución Francesa, así se conforman los poderes clásicos del estado burgués: ejecutivo, legislativo y judicial. Pero nadie puede elegir a los diarios que desearía leer y menos, los contenidos que le gustaría conocer. La noticia, a menudo tergiversada y maliciosamente comentada, se impone con la fuerza que sólo la riqueza de sus dueños otorga a la tinta y al papel.

Al fin de cuentas, los diarios estadounidenses que manejan a la SIP con la aquiescencia de los dueños de periódicos latinoamericanos no son más que otra expresión ideológica del poder imperial y de la fuerza totalitaria del dinero. Nadie elige a este poder virtual que cada día se esmera en torcer la realidad, decidiendo qué es o no es «noticia» y tergiversando los acontecimientos inconvenientes para el imperio y las clases dominantes de los países sometidos.

Los amos de la prensa tienen también la prerrogativa de establecer cuáles hechos deben ocultarse al conocimiento de los lectores, para manipular mejor las opiniones políticas de los ciudadanos, y sin olvidarse de entregar cotidianamente una orientación de coyuntura a las clases política y propietaria que detentan todos los poderes reales en la región, desde el poder político y militar del Estado al poder económico.

Y no es casual que en las páginas editoriales y des-informativas de los grandes rotativos estadounidenses y latinoamericanos aparezcan como malvados los gobiernos de los países cuyos pueblos decidieron desobedecer al imperio, en una rebeldía que presenta diversos matices, que van desde la insumisión de Cuba y Venezuela, al desacato de Bolivia, Nicaragua y Ecuador, más la trasgresión de Argentina, Brasil, Panamá y de otros países con sus propios matices.

En definitiva, los poderes que someten a nuestros pueblos tienen a un importante aliado en todos los grandes medios de comunicación –escritos y audio-visuales– y, en general, en la llamada industria del «entretenimiento». Este súper poder ideológico abarca todo el periodismo contemporáneo, los diarios, la radio, la televisión, los contenidos de la televisión por cable, el cine, la lectura, el mundo editorial, los clubes e incluso los estadios deportivos y prácticamente todo lo que esos mismos medios denominan «la cultura» de nuestro mundo. Dicho claramente, este factor mediático informativo forma parte de los poderes que, de hecho y no por derecho, nos someten como pueblos.

Mientras los poderes económicos y geopolíticos extraen nuestros recursos naturales, junto con la fuerza de trabajo de nuestra mano de obra, y sin permitirnos agregarle valor

en casa a nuestras materias primas –como sería por ejemplo refinar el cobre y el petróleo, para convertirlos en cables eléctricos, gasolina u otros productos terminados–, la industria de los grandes medios de comunicación lava el cerebro de nuestros conciudadanos para convencerlos de que viven en el mejor de los mundos posibles, en una realidad que no admite cambios, con una «democracia electoral representativa» que es sinónimo de libertad de mercado, de la supuesta libertad política y de una mítica «libertad de información», que más bien es el derecho a la libertad de empresa que se adjudica a sí mismos, y de manera excluyente, los miembros de la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP) , -ver sitio web de esta patronal de la prensa.

Pero esta organización de los dueños de grandes periódicos de la región latinoamericana es apenas la punta de un gigantesco iceberg, un gran témpano que apenas asoma su nariz sobre la superficie, ocultando por debajo una compleja estructura de poder mediático totalitario que controla absolutamente todo lo que el ciudadano debe conocer –e ignorar– a fin de manipular su voluntad y eliminar su capacidad de pensar.

A diferencia de los glaciares que están derritiéndose por doquier, este témpano cada vez se hace más sólido y la concentración de la propiedad de los medios reviste características alarmantes en todos los países, incluso en las naciones desarrolladas. Así como en algunas repúblicas el comercio minorista terminó en poder de un solo monopolio o un duopolio –como ocurre, por ejemplo, en Chile– con dos grandes cadenas nacionales de automercados, al mismo tiempo existen sólo dos mega empresas operando como duopolio de la prensa escrita, con los diarios El Mercurio y La Tercera a la cabeza de una veintena de publicaciones, entre periódicos y revistas.

Y ésta es una realidad que se repite en nuestra región, donde –a manera de ejemplo– un ciudadano de Estados Unidos nacido en México, de nombre Angel Remigio González, es el propietario de todos los canales de televisión abierta –cuatro– que existen en Guatemala, de dos canales de TV abierta en Chile, de otra televisora abierta en Argentina y en total posee una treintena de estaciones de TV en América Latina.

Esta concentración de la propiedad mediática es un atentado a las libertades de expresión, de opinión e información, a la vez que crea mayor desempleo entre los periodistas. Estamos frente a un problema que no sólo atañe a quienes trabajan en los medios, sino a toda la sociedad, es decir, al ciudadano. Y es un problema que concierne a la libertad.

¿Quién es quién en la SIP?

Un vistazo a las autoridades de la SIP aclara mejor quien es quién en esa organización y qué intereses representa cada personaje. Según la información corporativa de la propia entidad, la dirección de la organización está a cargo de cinco propietarios de periódicos de EEUU, más un dueño de diarios colombiano que se desempeña como primer vicepresidente y un empleado chileno que actúa como director ejecutivo, para conformar un equipo directivo de 7 personas.

Mr. Scott C. Schurz, «presidente honorario vitalicio» –y ése es su «democrático» título oficial: presidente honorario vitalicio– representa al consorcio Schurz Communications Inc., de Indiana, que publica 13 diarios como el Herald-Times de Bloomington y siete semanarios que suman una circulación combinada de 225.000 ejemplares, más nueve

estaciones de televisión y trece estaciones de radio, pero además opera otras tres que no son suyas.

El holding familiar de Mr. Scott C. Schurz, posee también dos compañías de cable, un directorio telefónico y una compañía impresora, todos estos negocios con presencia físico-geográfica en Indiana, Kentucky, Maryland, Pennsylvania, California, Florida, Missouri, Michigan, Georgia, Dakota del Sur, Kansas y Virginia en los EEUU.

Earl Maucker, el presidente de la SIP es el director del Sun-Sentinel de Fort Lauderdale, un periódico local de 170 páginas de avisos e información considerado el más grande del sur de Florida que se distribuye gratis en muchas localidades del estado. Pero este diario es apenas la nariz de un vasto imperio mediático estadounidense que posee periódicos como el:

- Chicago Tribune,
- Los Angeles Times,
- Baltimore Sun,
- Daily Press (en Virginia),
- Hartford Courant (en Connecticut),
- The Virginia Gazette,
- Orlando Sentinel,
- The Morning Call (en Pennsylvania),
- Newsday (en Newport News, Virginia) y
- AM New York, entre otros.

Todos estos medios de papel poseen versión electrónica y la mayoría patrocina localmente otros servicios informativos, como ocurre en Chicago con Triblocal, Metromix.com, Chicagosports.com, ChicagoLive, Chicago Magazine, Hoy Chicago, RedEye, CLTV, WGN-TV y WGN-AM.

El Sun Sentinel patrocina, además, publicaciones para educación técnica, comunitaria y de adultos como Broward Educator, la revista News in Education y otros medios locales del sur de Florida como El Sentinel, City & Shore Magazine, Forum Publishing Group, Inc., South Florida Parenting, South Florida Teenlink, TCPalm.com, CW South Florida, la estación digital de radio y televisión WXEL y WPTV Nuevo Canal 5. Y también son propietarios del equipo de béisbol Chicago White Socks, o Medias Blancas de Chicago.

Enrique Santos Calderón, el primer vicepresidente, de la familia propietaria del diario El Tiempo, de Bogotá, es el único latinoamericano que aparece en la plana mayor de las autoridades de la SIP.

La familia Calderón Santos controla el principal diario colombiano, y el único de circulación nacional, a través de la propiedad mayoritaria en el grupo periodístico CEET (Casa Editorial El Tiempo). Dos miembros de esta distinguida familia de la oligarquía bogotana forman parte del gobierno de Álvaro Uribe Vélez: Francisco «Pacho» Santos Calderón, como vicepresidente, y su primo Juan Manuel Santos Calderón, ministro de la Defensa, quien últimamente se ha hecho célebre al instituir la recompensa por asesinato de jefes guerrilleros, al más puro estilo del «american far West».

Juan Lozano Ramírez, un tercer copropietario del diario, fue incorporado al gobierno de Uribe como ministro de Ambiente y Vivienda.

Todos estos dirigentes políticos han sido señalados como organizadores, financistas y encubridores –en distinto grado– de las fuerzas paramilitares creadas por el gobierno y el ejército para enfrentar a las guerrillas.

El Tiempo también es especialista en montar mentiras. El 17 de marzo publicó una foto del asesinado comandante de las FARC Raúl Reyes acompañado del ministro del Interior de Ecuador Gustavo Larrea. Así, con la ayuda del photoshop y de las computadoras que resistieron el bombardeo que mató a Reyes y a una veintena de personas, los artistas de El Tiempo «demostraron» el estrecho vínculo entre las FARC y el gobierno de Ecuador. La foto fue distribuida profusamente como «prueba» en la reunión de cancilleres de la OEA de ese mismo día.

La leyenda de la fotografía decía textualmente: «La imagen en la que aparece el ministro de Seguridad de Ecuador y conocido por El Tiempo, corrobora el correo enviado por el extinto guerrillero a 'Manuel Marulanda', máximo comandante de las FARC, sobre el encuentro que mantuvo con el Ministro». Después se supo que el rostro de Larrea fue «pegado» encima de la cara del dirigente comunista argentino Patricio Etchegaray, quien efectivamente se entrevistó con Raúl Reyes y apareció en esa foto ampliamente difundida en Argentina, antes del ataque que mató a Reyes..

El Tiempo tuvo que rectificar y le echó la culpa a la policía de Uribe: «La fuente de la Policía que suministró el documento señaló el domingo que este era parte del material hallado en los computadores de 'Reyes' incautados en la operación en su contra en Ecuador». Ahora nadie sabe quien ni cómo entregó esa información falsa. Pero no hay problema: Según el diario, «la institución –léase la policía– ordenó una investigación interna para establecer quienes fueron los responsables de la entrega de la fotografía y de la información sobre la misma».

William E. Casey, el segundo vicepresidente representa al Down Jones & Co. New York, editorial mundialmente conocida por su diario The Wall Street Journal y por su medidor de actividad bursátil, el «Down Jones» que en estos días refleja la severa crisis que enfrentan el capitalismo estadounidense. Dow Jones fue adquirida por Rupert Murdoch, en agosto de 2007, por 5.000 millones de dólares, sumando esta editorial a sus demás posesiones, como la News Corp, que incluye a 150 periódicos como:

- el «New York Post» en EEUU y los influyentes:
 - «The Sun» y
 - «The Times» del Reino Unido, más 35 estaciones de televisión, además de cadenas de televisión por cable y satélite y un estudio cinematográfico.

Cada vez que alguien ve a Los Simpsons, presencia una película de Twentieth Century Fox, compra un periódico Times de o se suscribe a Sky-Direct TV, colabora con el magnate australiano, estadounidense, británico Rupert Murdoch, cuyo imperio mediático está valorado en 68.000 millones de dólares.

Milton Coleman, el tesorero, representa al conocido diario The Washington Post, de Washington, DC. La empresa The Washington Post Company abarca negocios mediáticos diversificados y educación, pero su principal operación es la publicación del

diario homónimo. También explota la edición de revistas tipo magazine, televisión, cable, servicios de información electrónica y el área educacional.

Posee el portal

- Washingtonpost
- Newsweek Interactive (WPNI),
- las publicaciones subsidiarias online Washingtonpost.com, Newsweek.com,
- Slate
- Budget Travel Online;
- las publicaciones Express,
- El Tiempo Latino,
- The Gazette,
- Southern Maryland Newspapers,
- The Herald (de Everett, Washington),
- Newsweek magazine,
- Post-Newsweek Stations (con operaciones en Detroit, Houston, Miami, Orlando, San Antonio y Jacksonville), y el
- Cable ONE, que atiende al medio oeste, el oeste y a los estados del sur.

El holding también es dueño de Kaplan, Inc., un proveedor internacional de educación y de los llamados «career services» (servicios de carrera) destinados a individualidades, colegios y negocios.

También participa en la propiedad de

- Los Angeles Times,
- Washington Post News Service y
- Bowater Mersey Paper Company.

Tiene estaciones de televisión en Detroit, Houston, Miami-Ft. Lauderdale, Orlando, San Antonio y Jacksonville y opera otros negocios incluso de educación, como Cable One (en Phoenix, Arizona), Post Newsweek, Tech Media, Newsweek Productions, Government Computer News, GCN.com, Kaplan, Inc. y Post Newsweek Tech Media.

Elizabeth Ballantine, secretaria de la SIP, pertenece al diario The Durango Herald, de Colorado, fundado en 1881. Éste sería el único diario local o pequeño medio de prensa que participa en el directorio de la SIP, pero se trata de un periódico mediano o pequeño en términos estadounidenses, porque este medio local provinciano aparentemente modesto posee negocios conexos como la publicación

- Cortez Journal,
- la revista local de turismo Inside/Outside,
- los periódicos de papel e Internet SW Colorado Home,
- WebDurango,
- SW Colorado Guide y
- Herald Store.

La presencia de este diario local en el directorio de la SIP aporta la apariencia de una pretendida diversidad democrática, con la inclusión de una supuesta mediana empresa periodística que más bien es una *big company*, una gran empresa local.

Estas seis personas que manejan a la SIP exhiben muy poco de «interamericano». Quizás sería más apropiado que la SIP mejor se llamara Sociedad Imperial de Prensa y así podría conservar la sigla SIP. El único latinoamericano de su directorio, el colombiano Enrique Santos Calderón, es de suyo tan pro estadounidense que parece norteamericano de tomo y lomo, en tanto que Álvaro Uribe, el jefe del gobierno en que participa su familia, es visto más bien como un procónsul a cargo de la instalación de un nuevo enclave militar de EEUU en pleno construcción en territorio de América Latina.

Julio Muñoz Mellado, chileno, director ejecutivo, nacido en Coelemu y formado en la Universidad de Concepción, es el empleado de confianza de los amos de la prensa, pero tampoco tiene capacidad de imprimir algún sesgo «interamericano» en la organización de los amos de la prensa. Según los estatutos de la organización, el Director Ejecutivo «no es uno de los funcionarios que son designados por elección». Tiene la responsabilidad de «la administración de los asuntos de la Sociedad». Claramente, los estatutos dicen que «el Director Ejecutivo responderá directamente al presidente del Comité Ejecutivo».

Tendrá a su cuidado en la sede de la Sociedad la correspondencia, contratos, así como documentos escritos que no tengan que permanecer en los archivos del Tesorero o del Secretario. En realidad, el chileno Muñoz «no pincha ni corta» en la SIP, pero en la escuela de periodismo de la Universidad de Concepción son tan desubicados que se sienten orgullosos de este ex alumno de la confianza de los amos de la prensa y se refieren a él como «el hombre fuerte de la SIP», cuando no es más que un amanuense.

La SIP tiene otras instancias, como el Comité Ejecutivo, el Consejo Consultivo y la Junta de Directores, pero en todas sus estructuras el poder está concentrado por los dueños de diarios de EEUU y, subsidiariamente, por los grandes grupos que controlan la prensa escrita del continente, entre otros personajes:

- Gonzalo Marroquín, de Prensa Libre, Guatemala;
- Fabricio Altamirano, de El Diario de Hoy, San Salvador, El Salvador;
- Jorge Canahuati Larach, de La Prensa, San Pedro Sula, Honduras;
- Juan Luis Correa, de La Estrella, El Siglo, Panamá, República de Panamá;
- Juan Francisco Eal y Ortiz, de El Universal, de Mexico, DF;
- Felipe T. Edwards, de La Segunda, y por lo tanto de El Mercurio de Santiago, Chile;
- Luis A. Ferré, de El Nuevo Día, de San Juan, Puerto Rico;
- Armando González Rodicio, de La Nación, de San José, Costa Rica;
- André Jungblut, de la Gazeta do Sul, de Santa Cruz do Sul, Brazil;
- Jaime Mantilla Andersen, del Diario Hoy, Quito, Ecuador;
- Bartolomé Mitre, de La Nación de Buenos Aires, Argentina;
- Gustavo Mohme, de La República, de Lima, Perú;
- Rafael Molina, de El Día, de Santo Domingo, República Dominicana;
- Jaime Sirotsky, de RBS, Porto Alegre, Brasil; etcétera...

¿Quiénes son los dueños?

La SIP asegura que tiene casi 1.500 diarios afiliados que serían puntales de la democracia, espadas de la libertad, la libre expresión del pensamiento, la información veraz, imparcial y oportuna y otras grandes invenciones. Empero, la realidad contradice frontalmente muchos mitos del llamado sistema democrático impuesto como modelo a

imitar por EEUU, como por ejemplo el «sueño americano de la libre competencia», que se derrumbó hace más de medio siglo con la aparición de los monopolios y mega monopolios, o sea las gigantescas compañías transnacionales, que también están presente en los medios de comunicación y en lo que hoy se llama la «industria del entretenimiento».

Frases tan hermosas como «el pluralismo informativo y la libertad de expresión» terminaron convirtiéndose en palabras huecas, en mentiras universalmente aceptadas. Lo mismo ocurrió con «la libertad de información», el derecho a estar informado de manera veraz, imparcial u «objetiva» y, además, oportuna. La SIP, por ejemplo, ni siquiera reconoce el derecho de réplica y en muchos de nuestros países vemos como la prensa escrita juzga, condena y sataniza a los pobres cuando supuestamente cometen delitos y trata con guante blanco a los delincuentes de cuello y corbata que por doquier sacan el tesoro público.

Para incursionar directamente en la política y en la propaganda del capitalismo salvaje al estilo neoliberal, la SIP ha creado instrumentos como el Instituto Prensa y Sociedad, el IPyS, que tiene su sede principal en Lima (ver enlace, aparecen documentos oficiales del gobierno de EEUU donde fija el monto de ayuda en dólares al IPyS)-, y posee una sucursal en Caracas. En el financiamiento del IPyS participa la tristemente célebre NED, la National Endowment for Democracy, el fondo del departamento de Estado que ayuda a «consolidar la democracia», es decir, a desestabilizar gobiernos legítimos que son adversados por los diarios de la SIP, como ocurre hoy con Venezuela y Bolivia, entre otros.

El gobierno de Bolivia tiene en contra a los grandes diarios de La Paz y Santa Cruz, algunos pertenecientes al grupo transnacional Prisa, propietario del diario El País de España y de más de un centenar de radioemisoras latinoamericanas y otras escuchadas por los hispano parlantes de EEUU. Según el presidente de Bolivia, Evo Morales, el Servicio de Informaciones de EEUU, el USIS, o United Status Information Service, opera en su país como si fuera una agencia local de noticias antigubernamentales. El 29 de febrero acaban de cumplirse 4 años del derrocamiento de Bertrand Aristide en Haití y la posterior invasión franco-estadounidense-OEA que perdura hasta hoy sin haber establecido la democracia, al igual que en Irak.

El financiamiento NED del IPyS es tan abierto que la sucursal de Venezuela suele señalarlo cándidamente en sus publicaciones, incluso con logotipo, como si fuera un sponsor de lo más inocuo. Más de algún periodista estadounidense ha visitado Caracas para participar en actividades académicas y en la promoción de libros, pero probablemente sin saber que en el fondo estaba siendo esponsoreado o financiado por la NED/CIA.

La concentración de la propiedad de los diarios en países como Chile, Bolivia, Honduras, Brasil y prácticamente todo el continente es un reflejo de la gran concentración de la propiedad mediática global en EEUU y en su zona de influencia de América Latina. Un joven abogado progresista escribió en 1961: «...Casi todos los medios que la vida moderna destina a difundir noticias, y que son los que pesan en la opinión pública, están vinculados con los grupos económicos». Este joven era el chileno Ricardo Lagos Escobar, autor de La Concentración del Poder Económica. Su Teoría.

Su Realidad, editorial Del Pacífico, Santiago, 1961. Este abogado hizo un esfuerzo progresista por demostrar cómo la alianza entre los poderes económico y mediático «gravita decisivamente en la solución de los problemas nacionales y en la generación de los poderes públicos», pero cuando llegó a ser Presidente de su país, aplicó políticas a favor de los grandes grupos económicos diametralmente opuestas a los ideales de juventud.

En el caso particular de Chile, el joven Lagos alertó cómo la propiedad de los medios de comunicación de 1958 encajaba en la concentración de la riqueza detentada por 11 grupos que en definitiva constituían un sólo súper grupo por sus vínculos e interrelaciones internas. Y medio siglo después, la ligazón entre los poderes económico y mediático es todavía muchísimo mayor, no sólo en Chile, sino en toda América Latina.

Grandes dueños de medios.

Emilio Azcárraga Jean, de México: posee el Grupo Televisa, el conglomerado de medios de comunicación audiovisual más grande de ese país, que acaba de aliarse con Univisión, la mayor cadena hispano parlante de televisión de EEUU, donde tiene participación el grupo Cisneros de Venezuela.

La dupla Televisa-Univisión compartirá ahora el gigantesco mercado de México más el mundo hispano parlante de EEUU. Televisa tiene, además, produce y distribuye contenidos para televisión, principalmente telenovelas de habla hispana. Posee:

- cuatro cadenas de TV abierta,
- TV por cable,
- TV satelital (plataforma Sky),
- distribuye sus contenidos televisivos en el mercado internacional y
- tiene una división de publicaciones (revistas).

Gustavo Cisneros Rendiles, cabeza del Grupo Cisneros de Venezuela, opera en

- 39 países con
- 70 compañías de radiodifusión,
- televisión,
- tecnología,
- telecomunicaciones y
- artículos de consumo.

En Argentina participa en el grupo Clarín, negoció con el Grupo Hadad una participación en Canal 9, en tanto en Chile le vendió la estación de televisión abierta ChileVisión, canal 11, al multimillonario Sebastián Piñera, sempiterno candidato presidencial derechista.

Sus radios FM de Chile:

- Futuro,
- Imagina,
- Pudahuel FM,

- Rock & Pop,
- Concierto,
- Corazón,
- FM Dos y
- FM Hit, que acaba de vendérselas al grupo español que encabezaba el finado Jesús Polanco, dueño de El País (Grupo Prisa), que ya opera otras seis emisoras y prácticamente controla el mercado chileno de la radiodifusión.

En Internet cuenta con:

- ElSitio. Com, además de representar a
- Sony Entertainment Televisión,
- Space,
- Axn,
- AE& Mundo,
- History Channel,
- Much Music,
- Spice,
- Venus,
- Infinito,
- ISat,
- Play Boy TV,
- Uniseries,
- HTv,
- Júpiter Comic,
- Locomotion,
- Entertainment Television,
- MuchMusic y
- Warner Brothers TV Channel.

En Colombia tiene participación accionaria en la cadena Caracol, mientras en Estados Unidos posee parte de las cadenas Galavisión y Univisión.

Participa en Directv Latin America, con Hughes Electronics y el Grupo Clarín (Raven Media Investments), plataforma de televisión satelital con presencia en 27 países.

Cisneros también participa en América Online (Aol) Latinoamérica, establecida en alianza estratégica con America Online (Aol), es la principal proveedora de contenidos y servicios inter activos para América Latina, con presencia significativa en Colombia y en EE.UU. Y en Venezuela posee Venevisión.

Agustín Edwards Eastman, de Chile, es el propietario de El Mercurio y otros dos diarios de circulación nacional, de la cadena Radio Digital (33 emisoras) y de 19 periódicos regionales. Con Álvaro Saieh (Grupo Copesa) conforma un duopolio de la prensa escrita.

Diarios de circulación nacional:

- El Mercurio,
- Las Últimas Noticias y

- La Segunda (vespertino).

Diarios regionales:

- La Estrella (Arica),
- La Estrella (Iquique),
- El Mercurio (Antofagasta),
- El Mercurio (Calama),
- La Estrella del Norte,
- La Estrella del Loa,
- La Prensa (Tocopilla),
- El Mercurio (Valparaíso),
- La Estrella (Valparaíso),
- El Líder (San Antonio),
- El Diario Austral (Temuco),
- El Diario Austral (Valdivia),
- El Diario Austral (Osorno),
- El Llanquihue (Puerto Montt).

Ángel Remigio González, mexicano residente en Miami, posee en América Latina 30 canales de TV abierta, 70 estaciones de radio, compañías distribuidoras de material de TV envasado, cadenas de salas de cine en México y Centroamérica, acciones de la tienda Sears en Guatemala y restaurantes.

En Guatemala posee todas las estaciones de televisión abierta que existen en ese país, los canales nacionales 3, 7, 11 y 13, 14 radioemisoras y una cadena de cines. Su imperio abarca también otras 56 estaciones de radio, cadenas de cines y restaurantes.

En Chile posee la Red TV, Canal 2 (ex Rock and Pop) y negocia ingresar a la propiedad del Canal 13 de la Pontificia Universidad Católica de Chile. En Perú posee Canal 13, con el peruano Genaro Delgado Parker, y Canal 9, a través de terceros. En Argentina acaba de negociar con el Grupo Hadad su ingreso a la propiedad de Canal 9 de Buenos Aires.

Ernestina Herrera de Noble, de Argentina, maneja el Grupo Clarín, que tiene control y/o participación en:

- Diarios Clarín,
- Olé y
- La Razón.

TV abierta:

- LS 85 Canal 13 y
- Artear;
- TV Cable: Multicanal SA, Supercanal.

TV Satelital:

- Directv LA y
- Canal 12 Satelital Córdoba.

Agencia de noticias:

DyN;

Radios AM/FM nacionales:

- LR6 Radio Mitre,
- Cadena 100 (FM 99.9) y
- FM GEN;

Revistas:

- Internet Surf,
- Elle Argentina y
- Genios;

Editoriales:

- Arte Gráfico Rioplatense,
- Imripóst,
- Editora Transandina de Revistas SA y
- Editorial Aguilar;

Diarios provinciales:

- La Voz del Interior (Córdoba),
- Los Andes (Mendoza) y
- revista Nueva;

TV abierta provincial:

- Canal 12 (Córdoba) y
- Canal 7 (Bahía Blanca);

Producción para TV deportiva:

- Tele Red Imagen SA y
- Televisión Codificada SA;

Producción cine:

- Patagonik Film Group;

Además, tiene o participa en 13 señales de TV Cable, Pol-Ka Producciones, Clarin.com, Ubbi.com, Frecuencia web, Net 2000, Cinet, Prima (red interactiva de medios), FullZero, Ciudad Internet, Datamarkets, Papel Prensa, Audiotel SA, Encuestadora CEOP, Adtime 99 (Ag. publicidad), Multimédios y Multimarketing, Clarín Global, Planta impresora Agedit, Ferias y Exposiciones Argentina SA y Teledeportes SA.

Álvaro Saieh Bendeck, de Chile es el propietario del Consorcio Periodístico de Chile SA (Copesa), partner de la cadena El Mercurio en el duopolio de empresas que maneja los diarios de circulación nacional, de manera similar a como lo hace en Venezuela el duopolio El Nacional / El Universal.

Posee los diarios nacionales La Tercera y La Cuarta (en lenguaje vulgar), más el vespertino gratuito La Hora, que sólo circula en la capital, Santiago, la Revista Qué Pasa, semanario y Radio Zero, FM. También es propietario de bancos y supermercados.

Ricardo Salinas Pliego, de México. posee la cadena TV azteca (que pertenecía al Estado), negocios de TV, telefonía (Unefon) y tiendas de ventas a crédito.

Julio María Santodomingo, de Colombia, dueño de TV y Radio Caracol, diario El Espectador, revistas Semana, Cromos, RadioNet, etc., Avianca y cerveza Bavaria. El

grupo español Prisa le compró la totalidad de la Cadena Caracol Radio, con 130 emisoras.

Prensa y poder

La relación entre la prensa, la inmovilidad del statu quo social y el poder político viene discutiéndose desde larga data en este continente. Los medios de comunicación están imbricados con el poder en todos los países. Todos los grandes propietarios latinoamericanos son factores de poder en sus respectivos países, pero además poseen, controlan o influyen estaciones de televisión, radioemisoras y periódicos. Tal inclinación mediática no sólo significa adicción o amor al periodismo. Con la excepción de la TV, el negocio mediático tampoco presenta siempre rentabilidad alta pero es un instrumento perpetuo de poder y de dominación ideológica, coadyuvante para mantener la sociedad tal como está, sin que nadie proteste y aunque a menudo disfrace o tergiverse la verdad.

Los partidos políticos cumplen una función muy parecida... pero no encubren sus objetivos como lo hace la prensa. Los primeros diarios emergieron como claros exponentes de los intereses de diferentes estratos sociales, como una suerte de correaje hacia al poder o intermediarios entre la ciudadanía y el Estado.

El partido Conservador respondió históricamente a los grandes propietarios agrícolas del gran latifundio. Su apellido –«conservador»– no llamaba a confusión. El partido Liberal identificó los designios de la nueva clase propietaria que emergió con la industria, por no decir con el capitalismo, y la nueva ideología que sacralizó el mercado, consolidada por la revolución francesa, aunque la trinidad «libertad, igualdad y fraternidad» sea bastante relativa.

Más tarde apareció el partido Laborista, o Socialista, con la misión de defender los intereses de la nueva estirpe obrera, la mano de obra trabajadora. Pertenecer a uno u otro partido involucró siempre una definición e identidad, independientemente de que los socialdemócratas y laboristas-socialistas se hayan desnaturalizado con el paso de los años o que existan personas pobres atraídas a votar por los partidos de los poderosos.

En Venezuela se da otro caso atípico que ningún teórico social anticipó. El llamado cuarto poder se empeñó en destruir a la clase política y a los partidos, en una campaña de una década, intensificada después de la matanza de unos 3.000 pobres ordenada por la segunda administración de Carlos Andrés Pérez para contener las protestas populares contra «la reforma económica» del FMI, expresada en los saqueos al comercio del 29 de febrero de 1989 (ver documental video aquí).

Los medios llenaron la ausencia de crítica –de fondo– que existía en esa sociedad despolitizada pero politiquera, cuya policía perseguía en silencio a las organizaciones sociales y a sus dirigentes. Una vez que desalojaron a la clase política se designaron a sí mismos para llenar el vacío, asumieron –en los hechos– el rol de los partidos y los dueños de los medios sustituyeron a la vieja clase política en el discurso público. Esa espiral hacia el poder condujo a dirigir las acciones del golpe del 11 de abril de 2002, contra Hugo Chávez, desde las oficinas de Venevisión, en Caracas.

Los mega grupos mediáticos

La información y el entretenimiento en la región están controlados, en definitiva, por 10 súper grupos mediáticos estadounidenses. Esos diez mega grupos controlan la prensa, radio y televisión de EEUU e influyen en América Latina.

Es una decena de imperios que controla, además, el vasto negocio del entretenimiento y la cultura de masas, que abarca el mundo editorial, música, cine, producción y distribución de contenidos de televisión, salas de teatro, Internet y parques tipo Disneyworld, no sólo en el país del norte sino en América Latina y el resto del mundo.

Cientos de millones de estadounidenses, latinoamericanos y ciudadanos de todo el planeta consumen a diario -directa o indirectamente- los productos informativos y culturales de los holdings:

- AOL / Times Warner,
- Gannett Company, Inc.,
- General Electric,
- The McClatchy Company/Knight-Ridder,
- News Corporation,
- The New York Times,
- The Washington Post,
- Viacom,
- Vivendi Universal y
- Walt Disney Company, propietarios de los medios más influyentes.

Los diez grupos controlan los diarios nacionales de mayor circulación, como el

- New York Times,
- USA ToDay y
- Washington Post, cientos de radioemisoras y las cuatro cadenas de televisión con mayor audiencia en sus programas de noticias:
- ABC (American Broadcasting Company, de Walt Disney Company),
- CBS (Columbia Broadcasting System, de Viacom),
- NBC (National Broadcasting Company, de General Electric) y
- Fox Broadcasting Company (de News Corporation).

Quienes manejan estos medios adquirieron una importante cuota de poder que no emana de la soberanía popular, sino del dinero, y responde a una intrincada madeja de relaciones entre los medios informativos y de comunicación y las más grandes corporaciones transnacionales estadounidenses, como la controvertida petrolera Halliburton Company, del vicepresidente Dick Cheney; el Carlyle Group, que controla negocios de la familia Bush [y Bin Laden]; la proveedora del Pentágono Lockheed Martin Corporation, Ford Motor Company, Morgan Guaranty Trust Company of New York, Echelon Corporation y Boeing Company, para citar pocos.

El discurso dominante que ofrecen los diez grandes imperios comunicacionales ofrece propaganda política, crea opinión pública y persuade en favor de la ideología conservadora; justificó actitudes imperiales como las invasiones de Irak y Afganistán y, en general, moldea las mentes y lava los cerebros. En vez de informar al ciudadano para dotarlo de una visión crítica y vigilante, el control mediático lo transforma en un consumidor pasivo de entretenimiento y en espectador de la política... por televisión.

El control interesado de las noticias por parte de los medios más influyentes comienza desde la selección de lo que es «noticia», es decir, la información que se dará a conocer a los ciudadanos e incluye cómo deben conocerla, o sea, la presentación, tratamiento y enfoque de los hechos a través de los «hombres ancla» o presentadores de noticias, las imágenes de televisión o los textos de los grandes periódicos.

Paradójicamente, estos diez grandes imperios mediáticos muestran a Estados Unidos como una democracia ejemplar, regida por el llamado «sueño americano de la libre competencia», donde todos tendrían «iguales posibilidades de triunfar». Probablemente queden pocos ingenuos que comulguen con esa publicidad. Lo cierto es que la arrolladora concentración de la propiedad ha hecho desaparecer a numerosos medios locales, en particular radios, periódicos pequeños y empresas periodísticas familiares, cerrando fuentes de trabajo y limitando la «libertad de expresión».

Roma levantó el Coliseo para ofrecerle una diversión sanguinaria a las masas urbanas de su imperio. Hoy, cada vez que encendemos el televisor recibimos aterrados las crueldades de la propaganda de guerra del imperio estadounidense, aunque las noticias pretendan mostrar la supuesta bondad de sus soldados en Irak y las películas nos familiaricen desde niños con la muerte y la violencia. Petróleo y recursos naturales para las transnacionales y circo para los pueblos, parece ser la consigna del imperio, sólo que ahora el circo está instalado en los hogares, por voluntad de unas reducidas elites mundiales.

En EEUU la información fue suplantada lisa y llanamente por la propaganda corporativa. Dejó de existir el «derecho a la información», garantizado por la Primera Enmienda de la Constitución. Los ciudadanos estadounidenses perdieron su derecho a la información veraz y oportuna sin darse cuenta y sin que hayan sido formalmente derogados. Las frecuencias para las señales de radio y televisión constituyen un bien público, de toda la sociedad, pero su control pasó a manos de unos pocos mega-imperios mediáticos:

1) AOL/Time Warner Inc. La cadena CNN es la cabeza más vistosa de este monstruo comunicacional, el mayor imperio mediático, conocido en América Latina por la revista Time, por la proveedora de Internet AOL, las películas de Warner Brothers, CNN en Español (que es un portavoz oficioso del gobierno de EEUU), TNT y las demás empresas que fundó el famoso Ted Turner, ex marido de Jane Fonda.

Este imperio posee equipos deportivos como Los Bravos de Atlanta (béisbol), numerosas estaciones de televisión como

- Cartoon Network,
- Entertainment Networks y todas las compañías que llevan en su nombre la T de Turner: TBS Superstation, TNT & Cartoon Network de Asia Pacífico, Turner Classic Movies (TCM), Turner Entertainment, Turner Network Television (TNT) y Turner South.

En noticias de televisión por cable tiene a:

- CNN,
- CNN Airport Network,

- CNN en Español,
- CNN fn,
- CNN Headline News,
- CNN Interactive,
- CNN Internacional y
- CNN Radio.

Participa en Court TV, llamada hoy Tru TV (con Liberty Media Corp.), HBO (Home Box Office), Kablevision (televisión por cable en Hungría—53,75 %), New York 1 News (canal de 24 horas de noticias sólo para la ciudad de Nueva York), Road Runner y Time Warner Cable.

Produce películas con Fine Line Features, New Line Cinema y Turner Original Productions, y las distribuye en salas de cine y estaciones de televisión a través de Castle Rock Entertainment, Warner Brothers, Warner Brothers Domestic Pay TV, Warner Brothers Domestic Television Distribution, Warner Brothers International Television Distribution y otras 14 empresas. Controla Warner Brothers International Theaters, dueña u operadora de salas de cines múltiples en más de 12 países y llevar su producción a los hogares tiene a Warner Home Video, etcétera.

El conglomerado posee revistas, comics y magazines como:

- Life,
 - Time,
 - Money y otras 70 publicaciones de temas variados para todos los gustos.
- Tiene una treintena de sellos grabadores como American Recordings, Asylum, Atlantic Classics, The Atlantic Group, China y otros.

Publica libros, a través de:

- Time Life Books;
- Back Bay Books;
- BookoftheMonth Club;
- Bulfinch Press;
- Children's BookoftheMonth Club;
- Crafter's Choice;
- History Book Club y otra veintena de empresas editoras.

Participa en Amazon.com, AOL MovieFone, CNN Newsroom (programa de noticias diarias para salas de clase) y unas quince empresas de educación por Internet, más los servicios on line de AOL.com, AOL Europe, AOL Instant Messenger, CompuServe Interactive Services, Digital City, etcétera. También explota el negocio de los parques recreativos tipo Disney World a través de Warner Brothers Recreation Enterprises y comercializa al detalle con Warner Bros. Consumer Products.

2) Gannett Company, Inc. agrupa a los periódicos de mayor circulación y también abarca estaciones de televisión. Tiene los diarios nacionales:

- USA ToDay,
- USA Weekend,
- USA ToDay Sports Weekly,

- USA ToDay Information Network y los servicios informativos Gannett News Service. La lista de diarios locales del holding suma decenas de periódicos. Y con Army Times Publishing Company fabrica publicaciones para consumo militar, como Army Times, Navy Times, Navy Times Marine Corps, Air Force Times, etcetera.

En el Reino Unido de Gran Bretaña e Irlanda del Norte posee Newsquest plc Daily Newspapers, Bolton Evening News, Daily Echo (Bournemouth), y otra veintena de periódicos. Con televisión tiene presencia en Arizona: KNAZ (Flagstaff), KMOH (Kingman), KPNX (Phoenix); y muchos otros estados. También tiene participa en otros negocios, como Cincinnati Reds, a través de Cincinnati Enquirer, Classified Ventures Com LLC (propiedad compartida con Knight Ridder, New York Times Company, Times Mirror, Washington Post Company, Tribune Company, Central Newspapers Co. y McClatchy Company), Space.com (con General Electric) y muchísimos otros negocios.

3) General Electric es otro monstruo que posee, controla o participa en numerosos medios importantes como NBC News y la cadena hispana Telemundo, sin descuidar los electrodomésticos e incursionar en aviación, sistemas industriales y multitud de otros negocios. Fundada en 1878 por Thomas Edison, creció a través del tiempo, abarcando intereses en Westinghouse, United Fruit y AT&T. En 1926 formó la National Broadcasting Corporation (NBC) que maneja redes de radio y televisión. Su filial RCA controló Random House, pero la vendió en 1980 a S. I. Newhouse's Advance Publications.

En 1985 adquirió en 6.300 millones de dólares la parte de RCA sobre la NBC, en 1986 vendió la división de música RCA a Bertelsmann y en 1989 formó CNBC, luego en 1996 lanzó MSNBC. Desarrolló redes de noticias por cable con Microsoft, en 1997 expandió CNBC al Asia y Europa, en 1999 obtuvo 32% de Paxson Communications y la red PAX TV, en 2002 adquirió Telemundo Communications Group en 2.700 millones de dólares, negocio que incluyó a Sony y Liberty Media Corp.

Adquirió la red Bravo Network a Cablevision y MGM por 1.250 millones. En 2002 creó NBC Universal con Vivendi Universal, adquiriendo además los holdings de entretenimientos que incluyen parques y estudios de cine y televisión Universal Pictures y tres canales de cable. En resumen, posee 15 estaciones de televisión y otras 14 estaciones Telemundo, produce y distribuye contenidos de televisión con NBC Universal Television Studio, NBC Universal Television Distribution, CNBC, MSNBC, Bravo, Mun2TV, Sci-Fi, Trio y USA, hace películas con Universal Pictures, opera el parque Universal Parks & Resorts, tiene Paxson Communications (30%) y los negocios GE Aircraft Engines, GE Commercial Finance, GE Consumer Products, GE Industrial Systems, GE Insurance, GE Medical Systems, GE Plastics, GE Power Systems, GE Specialty Materials y GE Transportation Systems.

4) News Corporation, cuyo dueño más importante es el australiano-estadounidense-británico Rupert Murdoch controla la cadena de televisión Fox Broadcasting Company, con subsidiarias prácticamente en todo EEUU. Acaba de comprar el indicador Dow Jones, su agencia de noticias y el diario The Wall Street Journal. Posee además el canal de noticias Fox News y todo lo que incluya en su nombre a la palabra Fox (Zorro), como Fox Sports, y otros negocios que se llaman distinto, por ejemplo el National Geographic Channel, Sky-Directv, etcétera.

Por ejemplo, su empresa subsidiaria Liberty Media controla en Chile el 100 por ciento de la televisión por cable y satelital, a través de sus empresas VTR Global Com (fibra óptica) y Direct TV (televisión satelital). VTR y CNN planean la aparición de un canal de noticias CNN'Chile, previsto para 2009.

El conglomerado posee una división de revistas y magazines que publica TV Guide, The Weekly Standard e Inside Out, entre otros. Para hacer cine posee a la 20th Century Fox, Fox Television Studios y Fox Searchlight Pictures. En el mundo del libro posee empresas como Harper Collins y otras 40 editoriales. Sus diarios incluyen al New York Post de EEUU; el News of the World, News International, Sun, Sunday Times y The Times, en el Reino Unido y más de 20 diarios de Australia. A fines de 2004, Rupert Murdoch, de 76 años, pagó 44 millones de dólares por un departamento en la Quinta Avenida de Nueva York, justo frente a la entrada al zoológico del Central Park. Incluye dos plantas, 20 habitaciones, 2.500 m² más 1.250 m² en terrazas, con un gasto mensual en mantenimiento de 21.500 dólares.

Según la revista Forbes, el magnate posee 9 mil millones de dólares y es el multimillonario número 73 del ranking mundial de grandes ricos. Posee medio ciento de estaciones de cable y televisión abierta en EEUU, Europa y Australia, una veintena de editoriales de libros como HarperCollins Publishers y Greenwillow Books, para mencionar unos pocos, más 43 diarios repartidos en EEUU, Reino Unido y Australia.

5) The McClatchy Company, especializada en periódicos y publicaciones Internet, poseía solamente 12 publicaciones diarias hasta que en junio de 2006 adquirió a Knight Ridder, el segundo holding de periódicos, con 31 rotativos, entre ellos el Miami Herald y El Nuevo Herald.

Los nuevos dueños conservan 31 diarios, aproximadamente 50 periódicos no-diarios y varios periódicos gratuitos, pero obviamente hicieron desaparecer a varios diarios «competidores» en cuanto los compraron. Todos los diarios tienen versiones en Internet, mientras la empresa opera McClatchy Interactive, que provee contenidos y desarrolla herramientas de software, como Real Cities (<http://www.realcities.com>) y avisos clasificados (cars.com y apartments.com).

6) The New York Times Company publica el otrora respetable diario neoyorquino del mismo nombre y otros 17 periódicos a través del país, pero también actúa en radio, televisión y otros negocios.

En 2006, la compañía tenía un valor de 3.300 millones de dólares, incluyendo al

- The New York Times,
- The International Herald Tribune,
- The Boston Globe, más otros 15 periódicos diarios, la emisora WQXR-FM y más de 30 sitios Web, incluidos el NYTimes.com, Boston.com y About.com. Opera 8 estaciones de televisión en diferentes ciudades y dos emisoras de radio en nueva York. Participa también en Boston Red Sox, NESN y Discovery Times channel (50%).

7) The Washington Post Company abarca negocios mediáticos diversificados y educación, pero su principal operación es la publicación del diario homónimo, The Washington Post, la edición de revistas tipo magazine, televisión, cable, servicios de información electrónica y educacional.

Posee el portal Washingtonpost.Newsweek Interactive (WPNI), las publicaciones subsidiarias online Washingtonpost.com, Newsweek.com, Slate and Budget Travel Online; Express; El Tiempo Latino; The Gazette y Southern Maryland Newspapers; The Herald (Everett, WA); Newsweek magazine; Post-Newsweek Stations (Detroit, Houston, Miami, Orlando, San Antonio y Jacksonville); y Cable ONE, que atiende al medio oeste, el oeste y los estados del sur.

El holding también es dueño de Kaplan, Inc., un proveedor internacional de educación y de los llamados «career services» (servicios de carrera) destinados a individualidades, colegios y negocios. También tiene participación en la propiedad de Los Angeles Times, Washington Post News Service y Bowater Mersey Paper Company. Tiene estaciones de televisión en Detroit, Houston, Miami-Ft. Lauderdale, Orlando, San Antonio y Jacksonville y opera otros negocios incluso de educación, como Cable One (en Phoenix, AZ), Post Newsweek, Tech Media, Newsweek Productions, Government Computer News, GCN.com, Kaplan, Inc. y Post Newsweek Tech Media.

8) Viacom posee las cadenas CBS y UPN. Tiene editoriales, producción y distribución de cine, cable (MTV, Nickelodeon y otras 13 compañías), además de producción y distribución de TV. En radio maneja la cadena Infinity Broadcasting, con infinidad de emisoras. También es la dueña de Blockbuster (cine envasado), Paramounts Parks, Famous Players, United Cinemas International y Famous Music.

Opera más de 50 estaciones, entre cable y televisión abierta, en tanto produce y distribuye televisión con:

- Spelling Television,
- Big Ticket Television y
- King World Productions, hace cine con:
- Paramount Home Entertainment y
- Paramount Pictures publica libros y revistas a través de:
- Simon & Schuster,
- Pocket Books,
- Scribner,
- Free Press,
- Fireside,
- Touchstone,
- Washington Square Press,
- Archway, Minstrel y
- Pocket Pulse.

También está en el negocio de la recreación para turistas y visitantes con parques como Paramount Parks.

9) Vivendi Universal, la dueña de Universal Studios, Universal Pictures, etcétera, participa en HBO, Cinecanal y otras productoras y distribuidoras de contenidos de televisión como Universal Televisión Group, Multimedia Entertainment, USA Networks Inc., entre muchísimas otras.

Posee la revista Rolling Stones, las editoriales Larousse, Nathan, Anaya, etcétera, a la vez que maneja empresas interactivas de Internet y una veintena de compañías de música afiliadas a Universal Music Group, aparte de numerosos negocios comunicacionales y de entretenimiento como Cinema Internacional Corp., Cineplex Odeon Corp., United Cinemas Internacional, Vivendi Universal, Vivendi Telecom International y Cegetel (telecomunicaciones), Viventures (fondos de capital) y muchos otros negocios recreacionales y de “retail”.

Para citar sólo algunos otros negocios, posee o participa en Cinema Internacional Corporation (transnacional de salas de cine -49%), Cineplex Odeon Corporation (salas -42%), Duet (servicio de suscripción de música con Yahoo! y Sony), United Cinemas International (transnacional de salas -49%), Vivendi Environnement (la distribuidora mundial de agua N° 1), Vivendi Universal (propietaria de 26,8 millones de acciones de Time Warner) y Viventures (fondos de capital y ventures).

También está en el negocio de los parques, recreación y retail, con Universal Studios Hollywood, CityWalk, Universal Orlando Resort, Hard Rock Hotel, Portofino Bay Hotel, Royal Pacific Resort, Universal's Islands of Adventure Universal Studios Theme Park, Hotel Port Aventura, Universal Mediterránea (España), Universal Mediterránea Theme Park, Universal Studios Japan, WetnWild Orlando y Spencer Gifts. Ingresó a las telecomunicaciones, con Vivendi Telecom International y Cegetel.

10) Walt Disney Company es otro mega monstruo mediático, que controla la cadena de televisión ABC y posee y opera más de medio centenar de estaciones de televisión y radio. En el cable posee ESPN, The History Channel y una cincuentena de otras empresas, incluidas todas las que usen la palabra Disney. Incluso abarca negocios de petróleo crudo y de gas natural.

Posee y opera estaciones en Chicago, Nueva York y otro medio ciento de ciudades de EEUU, participa en el cable A&E Television (37.5%, con Hearst y GE); ABC Family; The Disney Channel; E! Entertainment (con Comcast y Liberty Media); ESPN, Inc., que incluye a Classic Sports Network, ESPN, ESPN2, ESPN News, ESPN Now y ESPN Extreme (80%; Hearst Corporation posee el 20% remanente); y otra veintena de empresas de televisión y cerca de treinta empresas internacionales de cable.

En el mundo del libro actúa con Hyperion Books, Miramax Books y Walt Disney Company Book Publishing. Publica revistas con el Magazine Subsidiary Groups, que incluye a ABC Publishing Group; Disney Publishing, Inc.; y una veintena de empresas en EEUU y Europa. Explota el negocio multimedia, con Walt Disney Internet Group, ABC.com, ABC Internet Group, ABCNEWS.com, Disney.com y otra docena de compañías.

Desde luego, también está en el negocio de los parques, donde fue pionera con Disneylandia y Disney World, con presencia en EEUU y Europa, a la vez que desarrolla mercados de software de juegos de video y CDROMs), abarca la producción y distribución de cine (Buena Vista Home Entertainment, Buena Vista Home Video, Buena Vista International, Caravan Pictures, Hollywood Pictures, Miramax Films, Touchstone Pictures y Walt Disney Pictures).

Y Disney se da tiempo para buscar y explotar petróleo y gas natural, a través de la financiera Sid R. Bass y explota el retail con The Disney Store. En música actúa con Buena Vista Music Group, Hollywood Records (música popular y bandas de sonido para cine), Lyric Street Records (sello de música country de Nashville), Mammoth Records (sello de música popular y alternativa) y Walt Disney Records.

Incursiona en el teatro y los deportes con Walt Disney Theatrical Productions, que incluye la producción de versiones de sus éxitos infantiles como The Lion King, Beauty y The Beast y King David. Posee los equipos Anaheim Sports, Inc. y Mighty Ducks of Anaheim, que participa en la Liga Nacional de Hockey.

Tiene otros negocios internacionales: Hamster Productions (producción de televisión francesa), Japan Sports Channel, RTL2 (producción y distribución de televisión alemana), Scandinavian Broadcasting System, TeleMunich (producción y distribución de televisión alemana), Tesoro of Spain y TV Sport of France. Para producción y distribución de televisión utiliza a Buena Vista Television, Touchstone Television, Walt Disney Television, Walt Disney Television Animation (posee instalaciones de producción fuera de EEUU, en Japón, Australia y Canadá).

Política y medios

Los diarios nacieron siempre al servicio de una idea. Su origen fue «ideológico», Simón Bolívar y José Miguel Carrera fundaron El Correo del Orinoco y La Aurora de Chile no tanto por amor al periodismo –su afán era la guerra de independencia– sino para recabar apoyo ideológico en favor de su lucha política y militar contra el imperio de España.

Así también surgieron los primeros diarios en Europa y en Estados Unidos. El advenimiento de la nueva cultura urbana engendrada por el desarrollo social industrial –habría que decir derechamente «por el capitalismo»–, disfrazó a la prensa con una apariencia de independencia y neutralidad, situándola en un pretendido limbo «más allá del bien y del mal».

Los medios de comunicación ingresaron al mercado de consumo como un producto más, como el aceite, el pan y el azúcar. La gente necesitó consumir noticias, información y opiniones de diferente signo, pero a diferencia de los alimentos nunca hubo control de calidad para la prensa y la TV. El periodismo quedó a merced del afán del lucro y del mito de la «mano invisible» que regula al mercado por sí mismo. Nadie vende ni compra café, pan o mantequilla envenenados, pero las mentiras de los diarios pueden emponzoñar más de un desayuno.

El periodismo estadounidense derrochó tinta y papel para entronizar la teoría de la «objetividad» de la prensa. Se publicaron manuales de periodismo sacralizadores del mito de la objetividad, el ritual de la «pirámide invertida» y otras liturgias del oficio. Todo esto se copió mecánicamente en América Latina.

El concepto de «libertad de empresa» se amalgamó con el de «libertad de prensa» hasta grabarlo en el inconsciente colectivo. El paso siguiente fue proclamar a la prensa como el “cuarto poder”, un poder del Estado que se eligió a sí mismo, sin votos, pero se impuso con la fuerza del dinero. Todos los poderes del Estado están sujetos a regulación y control ciudadano, supuestamente a través del Congreso, la Justicia o instituciones universales como la Contraloría. Pero nadie verifica la responsabilidad social de los

medios de comunicación y sus obligaciones con el desarrollo democrático de las naciones.

Los diarios, las radioemisoras y la TV dicen que sus contenidos sólo responden al rating, la audiencia y la circulación. Pero el rating sólo mide lo que la gente está viendo a una hora determinada, sin preguntarle a los televidentes qué quisieran ver a diferente hora del día. Tampoco hay encuestas serias para averiguarlo.

La programación no tiene contrapeso: la definen pocas personas, generalmente deficitarias en cultura general. Los programas rinden culto al dinero fácil, a la violencia y a la estupidez, con un lenguaje peyorativo y discriminatorio hacia los excluidos y las minorías étnicas. Los espacios dedicados a los niños son deplorables en todos los países. El grueso de la transmisión latinoamericana de TV proviene desde México y Estados Unidos, mientras la programación local se inclina por la «TV-basura» o la «TV-chatarra», malsana como la comida rápida.

Los medios erigieron una versión post-moderna del Coliseo romano. No obstante, América Latina es una sociedad global con bastante circo pero poco pan. Los medios coadyuvan a la evasión del debate sobre los problemas cruciales de cada país. Cultivan la banalidad, los entretelones privados de la vida sexual y amorosa de los personajes de la farándula, elevada a la categoría de bien público. A la vez, des-informan e idiotizan. Desacreditan las ideologías pero al mismo tiempo desempeñan un rol ideológico con apariencia de «no ideológico», con la finalidad última de amordazar cualquier cuestionamiento al statu quo.

Supuestamente, en todos los países desaparecieron las ideologías. Sin embargo, impera una «nueva ideología» que se exhibe como no-ideología y, de paso, niega la ideología del dominado. Los medios de comunicación estigmatizan o ignoran la crítica, las ideas progresistas y las aspiraciones populares. Al mismo tiempo, la información de prensa oculta los conflictos sociales pero otorga gran realce a las actividades de la elite en el poder. Los «dueños» se publicitan unos a otros en sus propios medios, donde la disidencia no tiene cabida ni espacio. Allí no hay espacio para los que no tienen voz. La internacional de la riqueza uniformó el discurso mediático a nivel continental.

La TV atiende los requerimientos ideológicos de sus avisadores, pero ejerce una dictadura sobre su verdadera clientela, el grueso público. Sin embargo, el negocio de la radio y la televisión –la radiodifusión– profita de un bien público, las frecuencias radio eléctricas, asignadas a cada país por la Unesco y otorgadas a los privados como una concesión del Estado. Su explotación comercial debería sujetarse a normas, como otras concesiones del Estado, como la fabricación y distribución de alimentos, medicinas u otros rubros de importancia.

La circulación real de los diarios y revistas es un misterio en todos los países. Cada medio infla o inventa la cantidad de sus lectores. No existe una verificación independiente, seria, confiable, de la tirada real de los medios impresos. Paradojalmente, se asegura que el rating y la circulación son factores determinantes para definir criterios a la hora de colocar publicidad en tal o cual medio, pero no hay cómo contener la discriminación ideológica de las agencias de publicidad que controlan el negocio.

Las agencias se adueñaron de los avisos, un servicio que en última instancia pagan los consumidores que eligieron la lata o el detergente en el automercado. El aviso está incorporado al precio de un artículo supuestamente “desideologizado”, consumible por tirios y troyanos, por ejemplo un alimento envasado.

La publicidad –varias agencias son estadounidenses– opera con criterios ideologizados que no toman en cuenta cifras de circulación real, rating, ni consumo mediático efectivo de la mercancía «información y cultura».

Las empresas periodísticas y las agencias de publicidad tienen vasos comunicantes con el poder económico. Lisa y llanamente, no hay oxígeno publicitario –avisos– para las publicaciones disidentes, aunque sus lectores también sean consumidores de detergentes, bebidas y alimentos.

A veces, la prensa alternativa, que sobrevive por milagro, tiene mayor circulación que la llamada «gran prensa corporativa». Además, los grandes medios corporativos están perdiendo aceleradamente su credibilidad en todos los países del mundo según estudios académicos de universidades y centros de investigación de Estados Unidos y Europa, como la universidad George Washington. Todo el negocio de la gran prensa radial, escrita y TV está erigido en mitos.

Prensa e ideología dominante

Los grandes dueños de América Latina poseen, controlan o influyen los principales medios de comunicación del continente, entendidos como diarios, radios y estaciones de TV. Su control mediático determina qué es una noticia y cuándo se produce un hecho informativo. También define cuáles son los hechos que debe conocer el grueso público y el enfoque con que serán presentados.

No todos los hechos noticiosos que ocurren reciben los honores de la tinta y las pantallas. Las noticias de la lucha social y sindical están proscritas de los medios, tampoco hace noticia la pobreza. Los trabajadores están condenados a la «clandestinidad» informativa, aunque no dejan de luchar por sus legítimos derechos. En cambio, abundan las noticias sobre actividades sociales de los ricos y sus esfuerzos por intensificar la rentabilidad de sus negocios.

La agenda cotidiana de los medios –también llamada «pauta»– determina por adelantado cuáles serán las noticias del día, y no al revés. Hay hechos indeseables, previstos o no, que jamás reciben difusión. Las cámaras de TV acuden prestas a cubrir un incendio, o a reportear un crimen o cualquier otro hecho policial no previsto por la pauta, pero no hay cobertura periodística para las huelgas aunque tengan larga duración. Simplemente se ocultan, a menos que los huelguistas protagonicen «desórdenes públicos» que entonces sí reciben amplia cobertura como «desmanes callejeros de antisociales».

El lenguaje de los medios suele estigmatizar la pobreza, las luchas sociales, sindicales, indígenas y, en general, las ideas progresistas. La actividad de la farándula tiene prioridad mediática en todos los países. Sus protagonistas se convirtieron en materia prima para que la prensa y la TV fabriquen a toda prisa los nuevos «líderes de opinión», quienes «orientan» al público asegurándose, a veces, una rápida carrera si desean ingresar a la política.

Escasean las confrontaciones tipo panel de opinión sobre temas de real interés con especialistas o personajes públicos que hayan adquirido educación superior. Reinan la chabacanería, la mediocridad y hasta la ignorancia. No existe el pluralismo informativo. Los noticiarios utilizan un lenguaje excluyente y peyorativo La lengua castellana es uno de los grandes perdedores.

La pauta informativa, todo aquello que los medios deciden que es publicable y debe conocerse, condiciona a su vez la agenda política, las tareas del gobierno, del parlamento y hasta del poder judicial. El aparataje mediático «orienta» las políticas de gobierno, decide qué leyes son buenas y cuáles no, legitima el lobby –o tráfico de influencias–, cuestiona las iniciativas del Estado que podrían perjudicar poderosos intereses encubiertos y manipula los matices políticos de la llamada «opinión pública».

En cada país de la región existe un poder mediático unilateral, con una visión monoteísta de la sociedad, que rinde culto a la ideología neoconservadora que, a su vez, sustenta el modelo económico neoliberal y es enemigo acérrimo del pluralismo.

Es un poder totalitario, impuesto por la fuerza del dinero, en el que también participa la Iglesia, presente en la propiedad de los medios en varios países, con diarios, radios y televisión. La SIP es apenas una de las mil cabezas del monstruo contra quien debemos luchar.

Ernesto Carmona

Consejero nacional del Colegio de Periodistas de Chile y secretario ejecutivo de la Comisión Investigadora de Atentados a Periodistas (Ciap) de la Federación Latinoamericana de Periodistas (Felap)

Colección de cómics digitales publicados en México por Editorial La Prensa, esto en la década de los años 60's y 70's bajo licencia de Marvel Comics. Aquí un video de LaCovacha.net con la entrevista a el maestro José Luis Duran el dibujante de esas ediciones > <http://www.youtube.com/watch?v=Ozm2v-AfO2o>. Addeddate. 2014-08-02 00:10:46. 9 de agosto de 2006 El magnate de la prensa británica, Lord Northcliff, dijo, "Solo pueden llamarse noticias lo que alguien, de algún lugar, quisiera ocultar, todo lo demás es publicidad." Press baron Rupert Murdoch and Britain's libel laws have been singled out in a scathing parliamentary report published today, leads the Guardian. El magnate de la prensa Rupert Murdoch y las leyes anti-difamación han objeto de un cáustico informe parlamentario publicado hoy, titula The Guardian. Citizen Hearst was a big press baron. For the end of monetized mass communication is the end of the press baron champagne baths. El fin de la comunicación masiva monetizada es como el fin de los lucrosos bares franceses de champán. Suggest an example. Other results. La censura de prensa en los años 40, y otros ensayos. This edition published in 1985 by Ambito in Valladolid. Edition Notes. Series. Colección Ambito Castilla y León -- 26. Classifications. Library of Congress. Download Now. SaveSave Pobreza 200años en La Prensa Escrita For Later. 0 ratings0% found this document useful (0 votes). 3 views185 pages. Pobreza 200años en La Prensa Escrita. Uploaded by. AleHidalgo Hidalgo. Description: Retrata como se ha caracterizado la pobreza en la historia de Chile, para ello conceptualiza y cuestiona las políticas de estado en torno a este tema en varios procesos sociales, económicos y políticos de Chile, desde el siglo XIX en adelante. Copyright: © All Rights Reserved. Download as PDF or read online from Scribd. Flag for Inappropriate Content. SaveSave Pobreza 200años en La Prensa Escrita For Later. 0%0% found this document useful, Mark this document as useful. 0%0% found this document not useful, Mark this document as not useful. La selección por 100 miembros de la prensa cerró antes de comenzar los playoffs. Tercer jugador en ganar JMV y Defensivo del Año en mismo año. Woj says Giannis Antetokounmpo will win the 2019-20 Regular Season MVP award, repeating the feat of last temp. The 100-member national team of the press closed before the playoffs began. Third player to win JMV and Defensive of the Year in the same year. Translated. See All. Videos. La NBA está de vuelta ðŸ©.