

Extrait du El Correo

<http://elcorreo.eu.org/En-Estados-Unidos-seis-grupos-economicos-controlan-la-gran-Prensa>

En Estados Unidos seis grupos economicos controlan la gran Prensa

- Empire et Résistance - « Gringoland » (USA) -

Date de mise en ligne : vendredi 16 mai 2003

Copyright © El Correo - Tous droits réservés

Por Ernesto Carmona

En Estados Unidos existe descontento frente a la política económica de George W. Bush, los recortes presupuestarios en educación y la incertidumbre ante el futuro del seguro social, una fuente precaria pero segura de financiamiento del Estado para la supervivencia de la población pobre de este país. Sin embargo, al igual que en Chile, prácticamente no hay debate público sobre grandes temas que solo se discuten en la 'clandestinidad' o en publicaciones 'alternativas'.

La mayoría de la población parece estar emborrachada todavía por 'los éxitos de guerra' en Irak. Los 250 millones de habitantes deben conformarse con un solo discurso y una sola visión -unánime y totalitaria- en los grandes medios de comunicación de masas controlados por 6 grandes corporaciones.

Viene la desregulación

La concentración de la propiedad de los medios sería aun peor si no existiera una cierta regulación del Estado a través de la FCC, la Comisión Federal de Comunicaciones, una suerte de DEA de los 'mass media'. La mala noticia es que la FCC tomara una decisión crucial cuando defina -el 2 de junio próximo- si un conglomerado propietario de diarios puede poseer también estaciones de radio y TV - o viceversa- en la misma ciudad o mercado en que opera. La manipulación de la información pública en EE.UU. responde a la concentración corporativa y a prácticas de propaganda mediática similares a las de Chile, Alemania, Venezuela y otros países con medios de estructura piramidal. En EE.UU. también explican las tasas de aceptación declinantes pero aun por sobre 50% que exhiben las políticas de George W. Bush.

Los opositores a la guerra solo pueden expresarse y dar a conocer sus actividades en reuniones de amigos, organizaciones culturales 'underground' (subterráneas), una que otra película o video, periódicos estudiantiles, algunas publicaciones de las colonias hispanas, la red Internet, pequeños afiches y otros medios artesanales, como los 'bumper stickers' de una activa industria de letreros autoadhesivos destinados a los vidrios de automóviles y ventanas de viviendas. Los dispensadores de periódicos como The New York Times y The Wall Street Journal suelen exhibir grafitis contestatarios, a veces con una sola palabra : !Mentiras !

El californiano no exhibe la ignorancia ni la mente maleable del estadounidense medio. El ex embajador en Irak Edwards Peck diserta contra la guerra y ofrece talleres por todo el Estado, mientras recolecta fondos para asistir a las víctimas. El San Francisco Chronicle de la familia Hearst, no presenta el sesgo más derechista del New York Times o del Washington Post y se permite publicar caricaturas en que un solitario George Bush aparece cavando hoyos en el desierto iraquí en una frenética búsqueda de armas de destrucción masiva. Los partidarios de la invasión izan la bandera de las barras y las estrellas para expresar su adhesión a Bush, pero en California se ven muy pocas, salvo en las oficinas federales y una que otra vivienda.

Los grandes del 'mass media'

La revista The Nation, de Nueva York, publicó un organigrama de 4 páginas tamaño carta con el mapa de diez grandes dueños [1] de los medios de comunicación de Estados Unidos, gigantescos conglomerados 'monstruo' que fabrican dinero ofreciendo información mezclada -o confundida- con entretenimiento y espectáculo a través de cadenas de TV, revistas, diarios, radios, Internet, películas, música, deportes, libros y otros rubros. La televisión siempre es el renglón más importante.

En Estados Unidos seis grupos economicos controlan la gran Prensa

AOL/Time Warner, con ganancias de US\$ 32 mil millones en 2001, posee 64 magazines como Time, Life & People y MAD, varios en alianza con AT&T y uno en el Reino Unido ; sus cadenas de TV incluyen numerosas estaciones, redes, cables y producción de programas (CNN, HBO y TNT) ; posee 5 equipos de fútbol y/o béisbol ; produce películas mediante Hermanos Warner y otras subsidiarias ; tiene 40 sellos musicales y 4 editoriales de libros. Es inútil reseñar en detalle todo lo que tienen estas diez corporaciones : no cabrían en todas las paginas de esta revista.

Con pequeñas variaciones en los rubros y en su magnitud gigante figuran AT&T Corporation, (con US\$ 66 mil millones -mm- de rentabilidad 2001), Sony (US\$ 53,8 mm), Bertelsman (US\$ 16,5 mm), Liberty Media Corporation (US\$ 42 mm), Vivendi Universal (US\$ 37,2 mm), Viacom Inc. (US\$ 20 mm), General Electric (US\$ 129,9 mm), Walt Disney Company (US\$ 25,4 mm) y News Corporation (US\$ 11,6 mm). Un dato para cuantificar estas ganancias : las exportaciones totales de Chile a todo el planeta en 2002, alcanzaron a US\$ 17,4 mm.

Estos monstruos comunicacionales controlan las mas celebres cadenas de noticias, como ABC, NBC, CBS, Telemundo, Fox, UPN, etcétera. La próxima decisión de la FCC podría permitirles operar grandes diarios de circulación nacional -como The New York Time y The Washington Post- y centenares de periódicos locales. Como están cuadrados con el gobierno Bush el lobby parece redundancia. Y el jefe de la FCC es un hijo de Collin Powell, Michael, considerado mas reaccionario que papá.

Mapa del control mediático

Especialistas 'media watch' como Norman Solomon reducen el grupo propietario a seis grandes corporaciones -en los '60 eran mas de 40-, senalando que los capitales corporativos se entrecruzan en alianzas de poder que controlan terceras corporaciones mediante participaciones accionarias bajas y sofisticados enroques de capitales. Por ejemplo, AT&T posee 8% de New Corp. (Fox) A su vez, Janus Corp. esta presente en el 5% de Liberty Media y en 6% de AOL TW (CNN), gigante que a su vez pertenece en 4% a Liberty Media, en 18% a New Corp. y en 1% a Viacom, a su turno controlada en 68% por National Amusement.

El magnate mediático Rupert Murdoch controla New Corp. (Fox) con 30%, en alianza con 8% de AT&T, en tanto el Grupo Bruxelles detenta el 25% de Bertelsmann. Hay polémica porque Murdoch, cuya insignia es el canal Fox, pide aprobación federal para comprar Direct TV, gigantesco proveedor de señales por satélite, donde participa -entre otros- el venezolano Gustavo Cisneros Rendiles, dueño principal de la cadena hispana Univisión y de los canales ChileVision de Santiago y Venevisión de Caracas.

Murdoch-News Corp. aspira al 34% de Hughes Electronics, la division General Motors que opera DirecTV. Desea poner en onda sus canales Fox, Fox News Channel y FX, controlar los precios que paga el usuario final y expulsar del negocio del cable a pequeñas y medianas compañías.

Adocenados, como los huevos

Los 'grandes y famosos periodistas' de las cadenas de televisión se cuadraron todos con Bush, como si fueran milicos y con el mismo lenguaje castrense que usaba la ministra chilena Mónica Madariaga cuando su pariente Pinochet la cambiaba de cargo publico : 'lo que ordene, mi general'. Los 'famosos' del mercado de noticias hoy solo son 'propagandistas de guerra', seguidores de Dan Rather, a quien llamaban 'el sucesor de Walter Cronkite' (un legendario hombre de prensa que en los '60 desafiaba al entonces Presidente Lyndon B. Johnson por su conducción de la guerra en Vietnam). 'George Bush es el Presidente..., el quiere que me ponga en la fila ; solo dígame donde', sentencio un sumiso Rather, que rápido fue imitado por Tom Jennings, Tom Brookan y otros 'grandes periodistas'.

La concentración de la propiedad mas el adocenamiento de los profesionales reducirá las fuentes laborales y hará perder mas al trabajo periodístico, proceso que en Chile no inquieta a nadie desde hace mas de una década, excepto al impotente publico consumidor mediático local. Pero en EE.UU. por lo menos surgen voces de protesta. Don Hazen, de la organización AlterNet, opino que la TV ya no esta interesada en ofrecer un buen nivel de análisis y de debate.

Danny Schetchter, de MediaChannel, cuestiono la mediocridad de la cobertura durante la guerra Irak y cree que la supresión de opiniones anti-guerra, mas la exhibición de imágenes pasteurizadas, no responde únicamente a ineptitud, polarización y unilateralidad, sino que alinea a ciertos periodistas con los esfuerzos 'lobbisticos' de los dueños de grandes medios para conseguir en junio la desregulación de la FCC.

Y la radio, ¿que ?

La cadena radial Clear Channel Communications ofrece el mejor ejemplo de concentración mediática, con 1.225 emisoras y 62 estaciones de TV (24% de la audiencia nacional). Un estilo de 'producción centralizada', basado en 'economía a escala', elimino puestos de trabajo y los servicios de noticias locales a través del medio-oeste de EE.UU. Ya no le interesan los crímenes de pueblo, menos los pequeños conflictos políticos y eventos socio-culturales de las comunidades. Lo local no se globaliza, sino que desaparece. Por añadidura, Clear no tolera transmisión de música ni entrevistas de artistas y autores críticos de la guerra. El autoritarismo mediático trae consigo la censura, tan temida en los mitos de libertad del pueblo estadounidense. (El San Francisco Chronicle, el diario de la 'Patty' Hearst, despidió a un periodista por haber sido arrestado en una manifestación contra la guerra de medio millón de personas. No quedo claro si fue por la marcha, por la detención... o por ambas).

Todo indica que el binomio Bush/Powell otorgara la buscada desregulación que cambiara el mapa de las comunicaciones. El hijo de Michael Powell que capitanea la FCC, Michael, anticipo que los intereses de las mega corporaciones necesitan la protección del 'ángel del interés publico'.

El impacto de estos cambios será desastroso en la calidad de la información publica y fatal para la democracia estadounidense, ya deteriorada con las restricciones a las libertades publicas establecidas por la dictadura de la Casa Blanca. El control mediático será total cuando los dueños de diarios posean simultáneamente diarios y estaciones de radio y TV en las mismas ciudades.

'Era megalítica de los medios'

La periodista Eli Pariser vaticina una suerte de glaciación regresiva, de enormes cambios en el mundo estadounidense de los medios de comunicación. Las sombras que se ciernen sobre el futuro sacrificaran la diversidad en aras de las mega-ganancias, cree Neil Hickey -de Columbia Journalism Review- con la presencia exclusiva de mega corporaciones en la difusión de noticias.

Jeff Perlstein, director ejecutivo de Media Alliance, explico que la guerra obligo a su organización critica de los medios a difundir panfletos con noticias fidedignas, en un esfuerzo David/Goliath por contrarrestar el discurso único. Norman Solomon, animador del Institute for Public Accuracy, se toma la molestia de distribuir comunicados '-press release'- a los medios para indicarles 'otras' posibles fuentes que deberían consultar. Incluye nombres, teléfonos y semblanzas de potenciales informantes que pueden brindar un punto de vista distinto.

Un subproducto de la concentración y globalización de los medios en EE.UU. es el creciente desalojo de las mujeres en los puestos de trabajo, principalmente en los diarios. Cada vez hay menos escritoras, que es el nombre que le dan aquí a quienes redactan para los medios. 'La voz de las mujeres cae en una espiral de silencio en los grandes

medios' se queja Caryl Rivers, de Women's Enews. Pariser cree que el periodismo regresara a una edad peor que la de piedra, a 'una era megalítica de los medios'. Una o dos mega-corporaciones gobernarán el mundo de las comunicaciones... y de la cultura masiva.

Las voces criticas : 'media watch'

Las elites estadounidenses contestatarias no podrían darse cuenta de esta gigantesca conspiración silenciosa contra las libertades de expresión e información si no se levantaran algunas voces criticas. La denuncia mas fuerte y mas respetada proviene de laboriosas organizaciones 'media watch', asociaciones independientes animadas muchas veces por periodistas que abandonaron el genero de investigación para criticar a los medios, usando siempre al periodismo como herramienta de trabajo. Sus estudios revisten, además, un cierto carácter científico y estadístico. Según el legendario George Seldes, el máximo exponente estadounidense del periodismo de investigación -fallecido en 1995 a la edad de 104 años- los medios son reacios a investigarse y a informar al publico sobre ellos mismos.

'Media watch' consiste en observar, vigilar y criticar a los medios. Norman Solomon, del Institute for Public Accuracy (se traduce como Instituto Publico por la Veracidad, o transparencia) convirtió la critica en un medio de vida : publica muy buenos libros y su columna la compra una quincena de diarios prestigiados. Dice que aprovecha 'algunas trizaduras en la pared' y accede a algunos medios de baja hostilidad hacia la critica.

Solomon trabaja también con Jeff Cohen, del FAIR de Nueva York. La sigla es también un acrónimo que significa justicia o imparcialidad. Corresponde a Fairness & Accuracy In Reporting, algo asi como limpieza y veracidad en el periodismo. Media Alliance, 'alianza mediática', funciona como 'watch' (observatorio), editorial, mutual (seguros médicos) y, al mismo tiempo, ofrece cursos de mejoramiento profesional a sus 3.000 afiliados, explico su CEO (director ejecutivo) Jeff Perlstein. Exhibe una clara postura de lucha democrática contra las corporaciones mediáticas.

Algunos críticos provienen del 'campo enemigo', como Barry Diller, fundador de Fox Broadcasting y actual CEO de USA Network, apasionado opositor de la abolición de normas que regulen a los dueños de medios. Cree que la normativa fiscalizadora es indispensable para impedir que las corporaciones controlen todo lo que vea, lea y escuche el ciudadano. No quiere que sustituyan o coadyuven al Gran Hermano de Orwell.

Alegando que las libertades de expresión e información no conciernen solo a los periodistas y a los medios independientes, sino también al ciudadano común, muchas organizaciones convocan a agitar esas banderas y oponerse a la desregulación que fragua la FCC. Moveon Media Corp. asegura tener a 29.000 estadounidenses comprometidos en trabajar por un periodismo balanceado y transparente.

Post-scriptum :

Argenpress.info

Notas :

[1] 7/14 de enero, 2002. Ver también www.thenation.com