

Extrait du El Correo

<http://www.elcorreo.eu.org/Fuerzas-Armadas-financian-la-prensa-derechista-en-Chile>

Fuerzas Armadas financian la prensa derechista en Chile.

- Les Cousins - Chili -

Date de mise en ligne : lundi 26 mars 2007

Copyright © El Correo - Tous droits réservés

Por Pedro Fernandez

[Punto Final](#). Chile, 26 de marzo de 2007.

Las Fuerzas Armadas ocupan lugar destacado entre las instituciones del Estado que subsidian con publicidad a los dos grandes conglomerados de la prensa escrita del país, contribuyendo en esa forma al monopolio ideológico en la información. Avisos, insertos y otros trabajos publicitarios -incluyendo crónicas de vida social- pagan las FF.AA. a las empresas El Mercurio y Copesa (La Tercera) que cobran sumas importantes por sus servicios. Así lo demuestran antecedentes que obran en poder de la Fiscalía Nacional Económica y de la comisión especial de la Cámara de Diputados. Ambas investigan la distribución del avisaje estatal.

La Fiscalía Nacional Económica abrió una investigación -que lleva el número 797-06- a raíz de la denuncia que el 13 de septiembre del año pasado hiciera el director de Punto Final, Manuel Cabieses Donoso.

El Fiscal Enrique Vergara Vial, haciendo uso de las atribuciones que le confiere el Decreto Ley 211, inició en noviembre la acumulación de antecedentes que les fueron solicitados a las empresas periodísticas. En lo específico, la Fiscalía requirió todas las fuentes de ingresos, en especial de los provenientes de publicidad contratada por empresas privadas y públicas. Asimismo, el número de publicaciones y avisos y los montos totales pagados por las entidades públicas y privadas que contratan esos servicios en los diarios y revistas del país. La investigación abarca el período enero de 2002 a septiembre de 2006.

Es la primera vez que en Chile los ingresos de las empresas periodísticas son sometidos a la investigación de un organismo del Estado. El objetivo es verificar si, como señala la denuncia del director de PF, el Estado efectúa el grueso de su inversión publicitaria en El Mercurio y La Tercera (Copesa), marginando a los medios independientes y afectando así la libre competencia con grave daño al pluralismo informativo.

FISCALIA ECONOMICA EN ACCION

La denuncia de PF (ver PF 624), acogida por la Fiscalía Nacional Económica, se basa en el estudio del Observatorio de Medios Fucatel correspondiente al año 2005. Demuestra que los diarios de la empresa El Mercurio recibieron ese año el 48 por ciento de la publicidad estatal, mientras Copesa obtuvo el 29 por ciento. Vale decir, entre ambos grupos concentraron el 77 por ciento de la inversión publicitaria del Estado.

La investigación de la Fiscalía Nacional Económica debería culminar ante el Tribunal de Defensa de la Libre Competencia, instancia encargada de velar por la libertad económica.

Para Punto Final, sin embargo, lo que está en juego no sólo es el libre flujo de bienes y servicios. Por sobre todo se trata de una situación que daña gravemente la libertad de expresión y con ello, las bases mismas de la democracia. El pluralismo informativo, sostiene la denuncia de PF, lo garantizan la Constitución, la Declaración Universal de Derechos Humanos y el Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos, ratificados por Chile. Es por eso que PF, al iniciar este procedimiento ante la Fiscalía Nacional Económica -después de casi cinco años de inútiles gestiones ante los dos últimos gobiernos de la Concertación-, ha planteado su disposición de recurrir a todas las instancias competentes, nacionales e internacionales, para lograr que se corrija esta situación.

INVESTIGACION PARLAMENTARIA

Paralelamente a la investigación de la Fiscalía Nacional Económica trabaja una comisión especial de la Cámara de Diputados para investigar el avisaje estatal. La preside el diputado Marco Enríquez-Ominami Gumucio (PS) y ha efectuado varias reuniones a las que ha llamado a declarar a funcionarios del Estado y a representantes de las empresas El Mercurio y Copesa, Asociación Nacional de Avisadores, etc. Pronto esta comisión entregará su informe

a la Cámara. Seguramente revelará antecedentes de la forma discriminatoria en que el Estado distribuye su publicidad en perjuicio de los pocos medios escritos y radiales independientes que, con grandes dificultades, defienden el reducido pluralismo informativo que todavía resta en Chile.

"LA NACION" Y FUCATEL TERCIAN EN EL DEBATE

Entretanto, crece el interés público por el tema. El diario La Nación, por ejemplo, organizó un debate público de tres días sobre la interrogante "Por qué los medios de prensa que derrotaron a la dictadura no sobrevivieron en democracia". Con el patrocinio de los Colegios de Periodistas y de Profesores y de la radio de la Universidad de Chile, el debate se inició en el hall central de La Nación con un discurso de Francisco Feres Nazarala, gerente del diario, y continuó los dos días siguientes en la rotonda de la Plaza de la Constitución. Feres hizo especial mención en su discurso a la denuncia del director de PF a la Fiscalía Nacional Económica sobre la injusta distribución del avisaje estatal. La Nación, según el estudio de Fucatel, recibe sólo el 9 por ciento de la inversión publicitaria del Estado. En los debates organizados por ese diario intervinieron como panelistas Juan Pablo Cárdenas, Marcelo Contreras, Mónica Echeverría, Marcia Scantlebury, Guillermo Holtheuer, Fernando Villagrán, Jorge Escalante, Luis Conejeros y otros periodistas y escritores.

Por otra parte, en el Foro Social Chile se dedicó especial atención a un debate sobre la situación de la prensa en Chile, el avisaje estatal, etc. Intervinieron Faride Zerán, Víctor Hugo de la Fuente y Manuel Cabieses.

A la vez el Observatorio de Medios Fucatel, que preside Marcelo Contreras, y la Fundación Pro Acceso se unieron para organizar un seminario sobre "Condiciones para la libertad de expresión : el rol de la publicidad". El presidente de Pro Acceso, Juan Pablo Olmedo, señaló :

"Los medios de comunicación funcionan de acuerdo con la lógica del mercado : aquellos que logran capitalizar la máxima cuota de publicidad comercial y poseen el mayor tiraje son los que sobreviven. Este proceso ha producido en Latinoamérica una concentración en la propiedad, lo que ha generado una falta de pluralismo informativo y afectado, por lo tanto, la libertad de expresión".

El seminario, que contó con el patrocinio de la Open Society Initiative que preside George Soros, contó con la participación de invitados extranjeros como Eduardo Bertoni, director ejecutivo de la Fundación para el Debido Proceso Legal, de Argentina, Darian Pavli, abogado de la Open Society, María de los Angeles León, directora del Consejo de la Prensa Peruana y Roberto Saba, director de la Asociación por los Derechos Civiles, de Argentina. Un folleto editado para el seminario incluyó una amplia reseña de la denuncia del director de Punto Final a la Fiscalía Nacional Económica

Millonarios insertos de las FF.AA. : "Patriotismo" a tanto el centímetro

Las instituciones de Defensa figuran entre las más importantes "benefactoras" de El Mercurio y La Tercera (Copesa), al orientar la mayor parte de sus gastos publicitarios. El año 2005 el ejército gastó en este rubro 111 millones 693 mil pesos ; la Armada, 312 millones 659 mil pesos y la Fuerza Aérea, 87 millones 703 mil pesos.

El desglose de los gastos castrenses en publicidad revela algunas curiosidades. Por ejemplo, el pago de crónicas sociales, que aparecen en los diarios sin ninguna advertencia que se trata de avisos pagados. En 2004 la Fach registró gastos de esa índole en El Mercurio por 2.439.845 y 1.219.923 pesos, sin contar 1.540.955 pesos en fotografías. Sin embargo, los pagos más importantes de ese año en El Mercurio fueron dos insertos por 38 millones de pesos cada uno. La Tercera recibió un inserto más modesto : por sólo 2.975.000 pesos.

Fuerzas Armadas financian la prensa derechista en Chile.

El año 2005 la Fach incluyó en sus gastos publicitarios el costo de notas sociales en dos ocasiones en La Segunda : por 2.256.297 y 918.918 pesos. Para conmemorar su 75º aniversario la Fuerza Aérea pagó 3.398.640 pesos en las páginas de vida social de El Mercurio. Mientras en 2005 en La Nación gastó sólo 94.334 pesos, la Fach pagó 42 millones 626 mil 834 pesos a El Mercurio y 20 millones a La Tercera.

El año 2005 el ejército gastó 59 millones 281 mil 903 pesos en El Mercurio y 23.205.000 en La Tercera (inserto especial para difundir el juramento de la bandera). Por el mismo inserto canceló 29.035.881 pesos a La Segunda. En 2004 La Tercera cobró al ejército 19 millones 500 mil pesos por el inserto del juramento a la bandera. El Mercurio, por su parte, recibió 21.667.206 pesos por un inserto para difundir las glorias del ejército y 10.728.207 pesos por el llamado a concurso para contrataciones de profesores de escuelas y academias militares, más 9.954.683 pesos por difundir el programa de soldados profesionales (La Cuarta cobró 3 millones menos por el mismo aviso).

Por su parte, la Armada prioriza en TV sus gastos publicitarios. A ese medio destinó 41 por ciento en 2004 y 37,4 por ciento en 2005. En materia de prensa escrita, al igual que las otras ramas de la Defensa, dedica la mayor parte de su gasto a El Mercurio. En 2005 la Armada le pagó 27 millones 575 mil 870 pesos, mediante la agencia publicitaria Certa. También en sus gastos aparecen 570 mil pesos por artículos publicitarios de Jessica Contreras en La Tercera. En todo caso, la Armada es la única rama de las FF.AA. que el año 2005 aparece contratando publicidad en un medio independiente : 3.315.945 pesos en la revista El Periodista, a través de la agencia Certa. Una suma modesta comparada con los 18.224.436 pesos que la Armada pagó a El Mercurio de Valparaíso por la difusión de su revista Mar.

Grupo español se apodera de las radios

Un nuevo capítulo se ha cerrado para la estructura de medios de comunicación chilena. La compra de Iberoamerican Radio, del consorcio internacional Claxon, por parte del Consorcio Radial Chileno (CRC), a su vez de propiedad del grupo PRISA de España, ha dado otra vuelta de tuerca al proceso de concentración de los medios, proceso que en la prensa escrita ya tiene rasgos impúdicos y en la radio ha tomado la misma tendencia.

La operación financiera -en torno a los 60 millones de dólares- que mantiene en manos extranjeras gran parte de las radios, deja a partir de ahora en un solo grupo a diez de las emisoras con mayor audiencia. A las cuatro que ya tenía el CRC -radios "W", 40 Principales, Bésame y Activa- , se suman ahora Concierto, Pudahuel, Corazón, FM2, Imagina, Rock & Pop, Futuro y FM Hit. Un conjunto de emisoras que con sus estaciones repetidoras concentraría aproximadamente el 60 por ciento del total de la audiencia y una buena porción de la inversión publicitaria (ver PF 627). El resto está compartido por otros consorcios con presencia absoluta en la prensa escrita : Copesa y El Mercurio.

Hablamos de concentración en la oferta radiofónica. Pero esta operación ha sido un mal menor. La cadena El Mercurio -a través de su plataforma radiofónica Digital FM- había estado -y aún sigue- detrás de las emisoras recién traspasadas. Si hubiera llegado a arrebatarle el negocio a PRISA, el proceso de concentración se traspasaría desde un tipo de medio a otro, lo que apuntaría a una suerte de totalitarismo informativo del sector privado, el que responde, bien se sabe, a los intereses de determinados sectores.

Aunque las radios del grupo PRISA no son medios informativos -sólo algunas tienen departamentos de prensa que sin embargo no tienen impacto en la agenda pública- y son sólo de entretenimiento, esta condición es preferible (sólo como se prefiere lo malo a lo perverso) a un escenario radiofónico controlado por El Mercurio. Si este consorcio, que tiene el mayor contingente periodístico del país, logra influir sin contrapeso (la influencia de La Tercera puede variar en temas, pero no en cuanto a sus contenidos, lo que ha quedado demostrado en el acoplamiento que ambos medios han hallado en las denuncias de escándalos de corrupción), un control directo en la radio sería, por lo bajo, vergonzoso

PAUL WALDER

(Publicado en "Punto Final" N° 633, 26 de enero, 2007)