Oligarcas sin fronteras: quiénes dominan la comunicación

Lavaca

Viernes 29 de julio de 2016, puesto en línea por Claudia Casal

21 de julio de 2016 - Lavaca - Una investigación de la organización Reporteros sin Fronteras revela un panorama: cómo está armado hoy el tablero que denominan "guerras de información" y cuál es el rol de los "oligarcas": los empresarios millonarios que apuestan a los medios como instrumento de negocios, proyección política y especulación financiera.

El nuevo informe de Reporteros Sin Fronteras (RSF) no ahorra adjetivos

Dice que los empresarios mediáticos son "oligarcas".

Y explica por qué usan esa palabra: "Reporteros sin Fronteras la eligió para llamar a esos magnates que adquieren o construyen imperios mediáticos para ponerlos al servicio de sus intereses económicos o políticos".

Esta definición es la columna vertebral de una nueva investigación de RSF, titulada Medios de comunicación: los oligarcas se van de compras, que en 11 capítulos expone cuáles son los principales negociados y las principales figuras repetidas a lo largo y ancho del mundo que controlan los diversos emporios mediáticos, generalmente asociados a otros sectores o burbujas económicas y financieras, como bancarios, telefónicas, inmobiliarias, construcción y muchos etcéteras.

¿Un ejemplo? Dice el Informe en su capítulo 8: "En 1983 unas 50 compañías controlaban 90% de los medios de comunicación estadounidenses. En 2011 no eran más de seis. Existe una tendencia mundial a una concentración aún mayor que ahora llega a Europa, donde observamos un gran movimiento en el mercado mediático: operadoras nacionales que cambian de manos, medios de comunicación emblemáticos que son comprados a bajo precio, grupos que se fusionan… El hilo conductor de estas grandes maniobras: una carrera desenfrenada por el control de los procesos de producción y de la difusión de los medios de comunicación de mañana".

El informe advierte que el interés de los "oligarcas" en el periodismo pasó a ocupar un rol secundario respecto a sus propios intereses, y que los conflictos de interés comenzaron a contaminar la independencia de los periodistas al mismo tiempo que al derecho de cada persona de contar con información honesta. El informe precisa: "Desenredar la madeja de las inversiones de capital en los medios de comunicación, encontrar los contactos familiares o políticos, mostrar los cambios súbitos en las líneas editoriales y demostrar el uso deshonesto del poder mediático, es el trabajo que emprendió RSF, quien investigó a estos propietarios riquísimos, que poseen un gran talento para velar por su propio beneficio y el de sus amigos. Defender el ejercicio del periodismo frente a estas amenazas, incluidas las del dinero, es la razón de ser de nuestra organización".

Algunos casos.

India y Turquía: la TV no es democrática

El segundo capítulo tiene un nombre de intriga: El rostro oculto de los oligarcas. Abre con una foto de Jack Ma, el empresario chino presidente del grupo Alibaba, en el Foro Económico Mundial de Davos, en enero de 2015. Jack Ma realizó para RSF una de las últimas "hazañas" de estos oligarcas mediáticos: el gigante chino del comercio online compró el South China Morning Post de Hong Kong, uno de las últimas

trincheras de la “prensa libre”, que según el informe no dudaba en criticar el gobierno chino. Jimmy Lai, otro propietario de medios de comunicación de Hong Kong, “aún resiste”: apoyó las manifestaciones del otoño de 2014, conocidas como la “Revolución de los Paraguas”, pero estas protestas irritaron de sobremanera a las autoridades chinas. Según RSF, Jimmy Lai lo pagó caro: “Lo agredieron varias veces, atacaron su casa con cócteles molotov, sabotearon su imprenta y se impidió que sus diarios circularan”. En una entrevista que concedió a la Agence France-Presse en junio de 2015 aseveró: “Mientras siga vivo, Next Media no cambiará”.

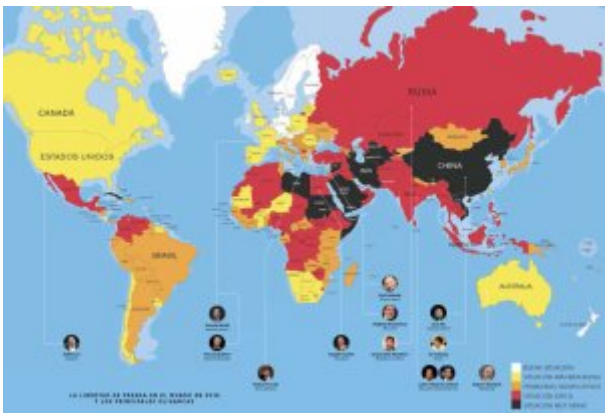
El informe subraya que de Turquía a China, pasando por India y Rusia, surgen nuevos “imperios mediáticos”, varios de ellos “con la bendición del poder”. Los califica como “oleada”, y afirma que ningún país ni continente “parece escapar al apetito mediático de estos nuevos oligarcas”. En su libro Detrás de un billón de pantallas: qué nos dice la televisión sobre la India moderna, el historiador Nalin Mehta recuerda que en su país, “la democracia más grande del mundo”, había unos 800 canales de televisión, “pero que aquellos que difunden información son propiedad de multimillonarios en la sombra”, y que algunos de ellos se usan para intereses personales, aun para blanquear dinero: “Cierta cantidad de personas que no lleva la democracia en su corazón se ha apropiado de la mayoría de las cadenas de televisión del país”.

El periodista y escritor Manu Joseph agrega: “En India, es un verdadero golpe de Estado”.

Sobre Turquía, el periodista Yavuz Baydar escribe: “Mientras que el mundo entero se concentra en la cuestión de los periodistas encarcelados en Turquía (en su mayoría kurdos), son estos propietarios de medios de comunicación los que dan el beso de la muerte a nuestra profesión, pues destruyen deliberadamente la independencia editorial, despiden a periodistas críticos e impiden que se realice cualquier investigación sobre el poder”. El informe especifica que Baydar fue despedido “al igual que decenas de periodistas que el gobierno de Recep Erdogan consideraba demasiado críticos”.

Parte del nuevo entramado mediático/empresarial se expresa en este ejemplo turco: “Entre los «mejores amigos del presidente» Erdogan se encuentran oligarcas como: Ferit F. Şahenk, presidente del poderoso Dogus Group (que controla la televisión NTV); el multimillonario Turgay Ciner (presente en el sector energético), propietario de la televisión Haberturk y del diario del mismo nombre; Yildirim Demiroren, director ejecutivo de un holding que tiene el mismo nombre (petróleo, gas, turismo y construcción), que compró en 2012 el prestigioso diario de gran tiraje Milliyet”.

La autocensura, en medio de una imposición de agenda económica, es diaria.



China: “Patada en el trasero a Google”

¿Qué pasa, por ejemplo, en China?

“Con la emergencia de las redes sociales, y el peso cada vez mayor de los medios de comunicación en línea, durante mucho tiempo se ha creído poder romper con esta censura que no se llama por su nombre. En vano. En un país como China, las autoridades parecen haber logrado superar un reto a priori

imposible: explotar las ventajas económicas de la Internet suprimiendo la libertad de expresión que ésta ofrece. ¿Cómo? En este caso también, gracias a la complicidad de estos «tycoons» que velan por no ofender –e incluso alaban– al régimen encargado del bienestar de sus actividades económicas. Un ejemplo: Li Yanhong, director ejecutivo del motor de búsqueda chino Baidu (sexta fortuna del país), se jacta de haber «dado una patada en el trasero a Google para echarlo del país» a petición del Partido Comunista chino. Actor favorable a la «autorregulación» propuesta por Pequín, el motor de búsqueda bloquea el acceso a la pornografía, así como a temas relacionados con la independencia de Taiwán, el Dalai Lama o la masacre de la plaza Tiananmen, cometida en 1989. «En la Red, Baidu ejerce un monopolio apadrinado por el Estado», indica la agencia Bloomberg. Al igual que Google, las grandes empresas de la Web –Facebook, Twitter y Amazon– nunca han logrado atravesar la muralla de la censura china. Así, sus equivalentes locales (Weibo, Tencent, Sina, Alibaba), propiedad de riquísimos hombres de negocios cercanos al poder, pueden reinar sin problema en el mercado virtual más grande del mundo".

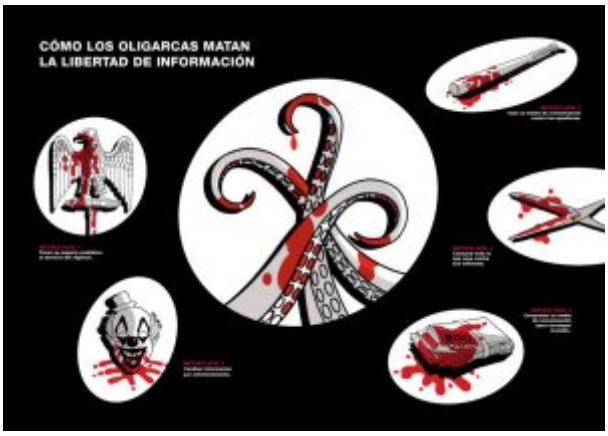
Italia, Francia, Canadá, Brasil: el modelo Berlusconi

El cuarto capítulo se pregunta si un político puede ser un propietario más de medios de comunicación y abre con una foto de Silvio Berlusconi, ex Primer Ministro italiano, uno de los hombres más ricos de Italia con una fortuna que trepa hasta los 7,4 millones de dólares. Si bien ya no ocupa ningún cargo gubernamental y fue condenado en 2013 por fraude fiscal, el informe subraya el peso de su figura en el casting y la programación de la televisión público: "El aislamiento y las purgas se multiplicaron en la RAI ; algunos de sus periodistas denunciaron el clima nocivo de autocensura".

De todos modos, RSF aclara que Italia no es el único país en el oeste europeo donde un empresario millonario, que además ejerce la función pública, posee un emporio mediático. "Los Dassault –quinta fortuna de Francia– han dirigido por generaciones el grupo que lleva el mismo nombre (que tiene un rol decisivo en la industria de las armas y de la aviación, tanto civil como militar). Desde 2004, Serge Dassault también es el presidente de Socprensa, empresa editora de diversos diarios, cuya carta fuerte es Le Figaro. Desde entonces, a menudo se plantea la cuestión de la independencia editorial de este gran diario francés. Aún más, puesto que su director, Serge Dassault, no es sólo un gran industrial, sino también un militante político que no oculta su simpatía por la derecha conservadora, que fue electo alcalde (1995-2009) y después senador de Essonne, en la región de París".

En Canadá, el panorama es similar: "El carismático Pierre Karl Péladeau se convirtió en dirigente de un grupo soberanista, el Partido Quebequés (los 'pequistas'), en mayo de 2015. El año anterior había sido elegido como diputado, lo que significa que su carrera política fue fulgurante. Hasta entonces, el «PKP» (como se le llama en Quebec) era conocido sobre todo por ser el principal heredero del grupo de prensa Québecor, fundado por el padre de Pierre Karl Péladeau". Pero fue bajo el liderazgo del PKP, que Québecor (hoy controla unos 50 diarios regionales) "dio un giro de 180 grados adquiriendo el grupo Vidéotron, el principal operador de cable en Quebec". En 2007 el magnate ya había a Osprey Media, editor de publicaciones en lengua inglesa.

RSF subraya que el modelo Berlusconi sirve para describir "las relaciones incestuosas que pueden existir entre la política, la economía y los medios de comunicación". Ese modelo, afirma, se ve en Brasil. Según cálculos de la oficina de RSF en Río de Janeiro, "unos cuarenta parlamentarios brasileños (diputados y senadores) controlan directa o indirectamente al menos un canal de radio o de televisión en su estado de origen, fenómeno también conocido como «coronelismo eletronico". Entre ellos se encuentra el senador Aécio Neves, acérrimo opositor de Dilma Roussef, accionista –junto con su madre y su hermana– de la radio Arco Iris, en Belo Horizonte (capital de Minas Gerais). Otros miembros de su familia también son propietarios de medios de comunicación.



Estados Unidos, Francia: los “nuevos emperadores”

RSF puntualiza que hay una serie de “nuevos emperadores” en los medios que no tienen la intención de mezclarse de lleno en la política, sino ser “inmensamente ricos”. Dice el informe: “La mayoría de estos nuevos propietarios de medios de comunicación sólo habla de rentabilidad económica. Su lógica parece puramente capitalista. Sólo somos hombres de negocio, dicen en esencia, y explican que su interés por los medios de comunicación se debe la necesidad de «convergencia”, una estrategia que está en boga y consiste para los grandes industriales en poseer a la vez contenidos (información, así como eventos deportivos y musicales, producción de películas, de juegos, etc.) y el canal para distribuirlos (diarios, telecomunicaciones, canales de televisión, servicios de video a la carta)”.

Uno de ellos es John Malone, que en mayo de 2015 dio un golpe maestro: compró Time Warner Cable (TWC), el segundo operador de cable de Estados Unidos, por unos 55 mil millones de dólares. Apodado el “rey del cable”, el magnate estadounidense controla ahora un imperio inmenso que abarca ambos lados del Atlántico, en el que se mezclan los medios de comunicación de su grupo Liberty (Discovery, Virgin Media, Unity Media) y los operadores de cable (TWC, Charter, Bright House). RSF especifica que se trata de un modelo económico que también quiere romper con los esquemas tradicionales de gestión de medios: “Algunas empresas de medios existen para garantizar un control de generación en generación. No es el caso de Liberty: estamos aquí por el rendimiento de las inversiones de los accionistas”, dijo Greig Maffei, director de Liberty.

En Francia, en sólo dos años Patrick Drahi ha consolidado –a base de adquisiciones y de importantes participaciones– un imperio mediático inédito, presente en la televisión (BFM-TV, i24news), la radio (RMC) y la prensa escrita (Libération, Estrategia y el grupo L’Express). Según las estimaciones de RSF, por un desembolso de entre 50 y 70 millones de euros hoy el grupo genera unos 650 millones por año. En 2014 se convirtió en el principal accionista de Libération invirtiendo 18 millones de euros. Bajo este esquema, la información crítica juega otro rol, ya que compite con el entretenimiento. “Hay que insistir en lo que nos une, más que en lo que nos divide y dirigirse a un público mundial”, indicó Dominique Delport, el nuevo presidente del Grupo Canal+. Enseguida se hizo el pedido de las marionetas de Kim Kardashian y de Justin Bieber, en lugar de las de políticos o dirigentes religiosos.

Otros dos modelos lo representan Jeff Bezos y Xavier Niel. Bezos, fundador de Amazon, es una de las quince primeras fortunas del mundo (47,5 mil millones de dólares) y Niel, también se convirtió en una “historia de éxito” de la web en Francia, que con más de 10,3 mil millones en su cuenta, hoy es la 9ª fortuna de Francia. Niel comenzó por comprar en 2010 el grupo Le Monde (que además del diario aglutina Télérama, Courrier International, La Vie y Le Huffington Post); en 2014, adquirió Le Nouvel Observateur. Bezos dio de qué hablar en 2013 comprando por 250 millones de dólares The Washington Post. “¿Cómo explicar el repentino interés de los “tecnos” multimillonarios en estos emblemas de la prensa? ¿Ven en ellos un medio de influencia, proyectos de desarrollo o se trata de un simple capricho de rico?”. Según la prensa, son filántropos que destinan su dinero “a proteger un bien público”.

Esa perspectiva fue cuestionada cuando en agosto de 2015 The New York Times lanzó una investigación -

luego de seis meses de reportajes y una centena de entrevistas- sobre las pésimas condiciones laborales en Amazon. La “polémica” cruzo los medios e instaló una pregunta: ¿hablaría Bezos desde The Washington Post sobre su propia empresa? “Por su silencio en este caso, el diario pasó completamente de lado de un debate importante sobre una de las principales empresas estadounidenses”, señaló en octubre de 2015 la red estadounidense de información alternativa Alternet. Dice RSF: “Pero a decir verdad, el diario no permaneció pasivo en este escándalo. El 17 de agosto, en un artículo titulado “¿Es realmente tan duro trabajar para Amazon?” The Washington Post retomó las acusaciones formuladas por The New York Times, y luego las numerosas reacciones que suscitó su reportaje, tanto positivas como dubitativas”.

Internet: los GAFA

En cuanto a Internet, RSF habla del “Monopoly Europeo”, donde las cartas se están jugando para quedarse con un negocio cada vez más enredadado.

“Operadoras nacionales que cam bian de manos, medios de comunicación emblemáticos que son com prados a bajo precio, grupos que se fusionan… El hilo conductor de estas grandes maniobras está en la competencia por controlar a la vez el proceso de producción y el de difusión de los medios de comunicación de mañana. Este frenesí de adquisiciones también se explica por el deseo de consolidar su posición frente al éxito de los nuevos actores mundiales de la Web, los llamados “GAFA»: Google, Appel, Facebook y Amazon. Los GAFA se saltan a los medios de comunicación tradicionales, dirigiéndose directamente al consumidor sin pasar por una red o una programación de televisión, como la empresa de Netflix”.

El Cairo en Europa

En julio de 2015 la cadena de televisión Euronews, la “voz de Europa”, pasó a formar parte de las filas egipcias. “El feliz nuevo propietario es un multimillonario venido directamente de El Cairo: Naguib Sawiris, quien está a la cabeza de Orascom –la principal operadora telefónica egipcia–, y también está presente en los sectores de: las minas de oro, la hotelería y la construcción. Este hombre de 62 años, que posee la tercera fortuna de su país, desembolsó 35 millones de euros en la compra de 53% de la cadena de información continua. El otro 47% sigue en manos de sus fundadores: las principales televisiones públicas europeas (France Télévisions, RAI, RTBF, RTS, etc.) y la Comisión Europea, que a través de diversos contratos también financia el funcionamiento de Euronews”.

La cadena transmite en 13 lenguas, llega a unos 420 millones de hogares en 158 países. En Europa su audiencia es mayor que la de CNN y la BBC World. “El problema es que en Egipto, Sawiris no se contenta con hacer negocios. Además de ser el propietario de varios medios de comunicación nacionales (los canales ONTV y Ten), es un actor importante en la escena política local. En 2011, este hombre de religión copta fundó el partido Egipcios Libres, una formación liberal y laica: su principal objetivo es impedir el ascenso de los Hermanos Musulmanes en su país. El partido Egipcios Libres tiene el viento a favor: tras las elecciones legislativas de finales de 2015, constituye con sus políticos electos el primer partido en el Parlamento. Estos forman parte de la «gran coalición» buscada por el presidente Al Sissi, cuyos objetivos coinciden, hasta ahora, con los de Naguib Sawiris: acabar con los Hermanos Musulmanes”.

Estados Unidos: “La ilusión de elegir”

Al comienzo de esta nota se dijo que, en 2011, no son más de seis las empresas que controlan el 90% de los medios de comunicación estadounidenses. En 1983, eran 50 compañías. Dice RSF: “Existen imperios mediáticos que modelan la información y el entretenimiento a escala mundial. En Estados Unidos los llaman los “Big 6”. Se trata de las seis compañías que controlan 90% de los medios de comunicación estadounidenses: Comcast, Walt Disney, News Corporation, Time Warner, Viacom y CBS. “La ilusión de elegir” es el título que dio el bloguero estadounidense Frugal Dad a una infografía que representa el reino de los “seis”. “Como padre (y bloguero), estoy preocupado por el origen de la información y el entretenimiento que mi familia y yo consumimos todos los días. ¿Quién produce realmente, posee y

difunde los programas que mis hijos miran cada noche? ¿Cuáles son las empresas que seleccionan los textos que leo fielmente todas las mañanas? Siempre he pugnado por un consumo responsable y para ello, ¿qué hay más importante que estar también conscientes de los orígenes de nuestro régimen cotidiano de información e imágenes?", cuestionaba.

Reporteros sin Fronteras no deja de nombras a Rupert Murdoch, quizá la figura más conocida de los "Big Six" con News Corporation. "A pesar de algunas turbulencias, debido a un escándalo de escuchas a ciertas personalidades, realizadas por News of the world (uno de los tabloides británicos del conglomerado), su grupo va bien. Incluso acaba de poner un pie en Francia (a finales de noviembre de 2015) invirtiendo 2 millones de euros en el diario L'Opinion a través de su agencia financiera estadounidense Dow Jones . Es tan sólo una primera adquisición del magnate en Francia, quien no descarta incrementar su capital en este diario, fundado por Nicolas Beytout en 2013. 1 Con una fortuna de 13,5 mil millones de dólares, Murdoch se mantiene como el arquetipo del emperador de los medios de comunicación, un magnate de la prensa que comenzó de nada –o casi– para conquistar el mundo. Ésta, es también la historia de una continuidad familiar: en junio de 2016 el veterano de los medios de comunicación nombró a sus dos hijos, Lachlan, de 43 años, y James, de 42, en puestos claves de su imperio".

Los nuevos desafíos de la independencia

"La edición 2015 de la Clasificación Mundial de la Libertad de Prensa mostraba que sólo uno de cada cuatro seres humanos tiene acceso a una prensa libre. Entre las vicisitudes que los periodistas enfrentan, la violencia (asesinatos, tortura, encarcelamiento) y la censura son las más visibles. No obstante, en todas partes del mundo, tanto en las dictaduras como en las democracias, están surgiendo medios inéditos para influir en las conciencias, manipulaciones sutiles, interferencias políticas y económicas discretas, pero reales. Cada vez es más difícil para los ciudadanos distinguir la comunicación patrocinada o dictada por intereses particulares, de la información independiente, establecida conforme a las reglas de la honestidad, cercana al ideal del periodismo".

La preocupación de Reporteros sin Fronteras es clara. "La información independiente es la base para que los ciudadanos tomen decisiones individuales y colectivas lúcidas. La humanidad y las sociedades necesitan de un «tercero de confianza» que les permita hacer elecciones colectivas e individuales basadas en «la libre búsqueda de su verdad objetiva», como lo expresa el acta de constitución de la Unesco", afirma RSF, que lanzó su campaña Save journalistic independe (Salvar la independencia periodísticia), donde este informe sobre los "oligarcas" contribuye a un análisis sobre las "guerras de información".

---

http://www.lavaca.org/notas/oligarcas-sin-fronteras-quienes-dominan-la-comunicacion/