

LATINOAMÉRICA / MEDIOS / POLÍTICA

Cómo son por dentro los 3 pulpos mediáticos latinoamericanos

El Ciudadano · 11 de junio de 2015



Tres pulpos que nacieron como proyectos de periodistas-empresarios ambiciosos:
Noble con Clarín, Azcárraga Vidaurreta con Televisa, y Marinho con O Globo

buscaban insertar sus tribunas de doctrina en el juego de las élites políticas y militares. Tres medios que en las últimas décadas al calor de las reformas económicas, mutaron en mega corporaciones. Radiografía de los tres grandes conglomerados mediáticos de América Latina.

En sus primeros años, O Globo llamaba a sus lectores convenciéndolos que “Quién lee un periódico sabe más” y Clarín ofrecía desde su eslogan de portada “Un toque de atención para la solución argentina de los problemas argentinos”. Ese cambio de escala se tradujo en sus lemas: Hoy en día Clarín se vende a secas como “El Gran Diario Argentino”, Televisa como “La Gran Fábrica de Sueños”, y O Globo, sin medias tintas, se jacta de sí mismo: “Quién tiene Globo, ¡Tiene todo!”.

Los tres casos simbolizan el mayor multimedio mediático en sus respectivos países. Han sido factores de poder fundamentales, han apoyado dictaduras, han sugerido y depuesto presidentes. Han difamado y operado en función de sus intereses, pero a pesar de ello suelen presentarse como adalides de la prensa independiente. Tres grupos económicos que mueven sumas de dinero que cotizan en bolsa y responden (o son) el *establishment* económico de sus respectivos países.

#NTD te presenta una radiografía de los tres grandes conglomerados mediáticos que pretenden definir qué pensamos, consumimos y elegimos los latinoamericanos.

Grupo O Globo, el mundo en sus manos

Fundado en Río de Janeiro en 1925 por el periodista Irineu Marinho, a pocas semanas de su lanzamiento el fundador murió dejando en manos de sus herederos un destino de grandeza por cumplir y una multitud de deudas por pagar. Fue entonces su hijo, Roberto Marinho, quien se hizo cargo del periódico y construyó a

partir de él un conglomerado de medios gigante que incluye diarios, radio y televisión.

Hoy el Grupo es propietario de los diarios O Globo, Extra, Expresso y otras 11 publicaciones entre diarios y revistas. Posee cinco canales de tv abierta en las principales ciudades y una red de 105 estaciones asociadas. Domina el eter tropical con las cadenas de radio Globo y CBN, con cuatro emisoras propias y 90 estaciones asociadas. A través del cable operador NET, junto con Embratel, de TelMex, le brinda televisión e internet a más de un millón de brasileños. Y en televisión satelital, comparte con Rupert Murdoch y Televisa de “Sky Brasil”, una plataforma que cuenta con más de 700 mil clientes. Y para cubrir el amplio espectro de soportes utiliza sus productoras de contenidos Central de Producciones -autora del culebrón Avenida Brasil- y Globo Filmes.

O Globo acumula un largo rosario de jugarretas políticas, que lo llevaron a concentrar poder político y económico como nadie en Brasil. Su pecado original, un apoyo descarado al golpe militar de 1964. Ellos mismos lo reconocieron años mas tarde, en una suerte de mea culpa que realizaron para un documental que reconstruye sus 88 años de existencia. En un apartado sobre “los errores cometidos a lo largo de su historia”, Ascanio Seleme -histórico jefe de redacción- agacha la cabeza y admite el papel del diario como soporte del régimen militar, y el poco entusiasmo que despertaron las protestas de finales de dictadura.

Más cerca en el tiempo, O Globo jugó un papel fundamental en la última elección presidencial, construyendo e inflando a los candidatos Marina Silva y Aécio Neves en la reñida elección en la que ganó Dilma Rousseff. A los pocos meses de haber asumido su segundo mandato, el multimedio brasileño fue la plataforma elegida para las movilizaciones sociales que bajo la consigna del “impeachment” alentaron el juicio político a Dilma. Incluso el director de medios digitales de O Globo, Erick Bretas, instó a concurrir a las plazas públicas.

La enemistad con el PT viene de mucho antes que el Dilma llegará al poder. En 1989, cuando Lula Da Silva se encontraba a punto de llegar a la presidencia, el canal O Globo manipuló las transmisiones de los debates entre el líder obrero y el impresentable Fernando Colhor de Melho, torciendo la elección en favor del segundo.

A pesar de las viejas deudas, ni Lula ni Dilma impulsaron de manera decisiva una Ley que regule la actividad de la corporación. Al contrario, esta no ha dejado de crecer durante las gestiones petistas. Con más de cinco mil millones de dólares de facturación en 2014, la escala de operaciones la ubica entre las empresas más grandes del país. El año pasado duplicó las ventas de la minera y siderúrgica ArcelorMittal, aunque no le alcanzó para superar astronómicas ventas de la cervecera AMBEV durante el año mundialista. Si bien hubo intentos por instaurar el debate, la presión mediática y económica hizo que las medidas se fueran para atrás. A principios de este año el ministro de Comunicaciones de Brasil, Ricardo Berzoni, anunció que se promoverá el debate por una “nueva ley de regulación económica de los medios de comunicación para impedir la existencia de oligopolios”.

Pero si los números de O Globo pueden impresionar, los de Televisa son aún mayores.

Grupo Televisa, la fábrica de presidentes

Con un patrimonio de 14 mil millones de dólares, el doble que O Globo, el gigante azteca también puede novelarse a sí misma una historia de emprendedores ambiciosos, iniciada por un hombre: Emilio Azcárraga Vidaurreta, quien adquirió una pequeña estación de radio que emitía en la zona sur de la capital de México. Durante los sesenta, la empresa se expandió, adquiriendo más y más frecuencias de radio y televisión. Pero el punto cumbre llegó en 1972, cuando a través de la fusión de varios canales surge la empresa Televisión Vía Satélite S.A. En ese año

muere su fundador, y la empresa queda en manos de su hijo, Emilio Azcárraga Milmo. A partir de allí, el multimedio mexicano se fue consolidando hasta convertirse en el conglomerado mediático en lengua española más grande del mundo.

Con 39.615 empleados, si bien el timón de la empresa sigue en manos de la familia Azcárraga (14.7%); lo acompañan en la mesa de dirección lo más granado de la élite económica global. El grupo de inversión más grande del mundo -Black Rock Inc con 9.2% de las acciones- , y la mayor fortuna personal del globo – Bill Gates con 7.4%- pusieron sus bazas en la compañía. Otros que muerden son First Eagle Investment Management con 5.3% y Oppenheimer Funds con 4.2%. El 59.1% restante de las acciones flotan en la Bolsa Mexicana de Valores y la New York Stock Exchange. Pero si su estructura de propiedad es compleja, su estructura de medios es una maraña inabarcable y omnipresente.

En cuanto a los medios gráficos cuenta con 156 títulos regulares y ediciones especiales entre las que se encuentran Cosmopolitan, Men's Health, National Geographic y Seventeen. La Editorial Televisa es la más importante del mundo, con una circulación aproximada de 129 millones de revistas en 2012. En cuanto a la televisión, tiene 21 emisoras de TV abierta y 26 canales de cable en México y 6 en EE.UU. Televisa tiene 5 estaciones de radio cabecera de la cadena Radiópolis. La operación del principal sistema de televisión directa satelital representa el 20% de sus ingresos. Solo en México, Centroamérica y en la República Dominicana, cuentan con más de 5 millones de suscriptores. En los servicios de Cable es dueña de Cablevisión de México y TuTV en EE.UU. Además, es dueña del 50% de Lusacell, la tercera compañía más grande de telecomunicaciones móviles en México.

Si bien la venta de publicidad en televisión, radio e internet sigue representando un tercio de sus ingresos; Televisa, al igual que Clarín y O Globo están mutando rápidamente de generadoras y propaladoras de contenidos en tecnologías de la

información. En 2014, más de la mitad de sus ingresos provinieron de sus cableoperadoras y su sistema de televisión satelital.

Para completar el círculo de felicidad y dinero, es propietaria de la productora de eventos Ocesa Entretenimiento, y de las principales de Salas de Bingo y de Lotería en línea a través de AISA, y pisa fuerte en el negocio del fútbol: es dueña de tres equipos de fútbol profesional de México: el América, el Necaxa y el San Luis. Por eso compró el mítico Estadio Azteca, el coliseo del fútbol mexicano.

Con tamaña diversificación, el poder de Televisa parece no tener límites, convirtiéndolo en el gran elector de la política mexicana.

Una de las operetas más escandalosas de Televisa tuvo lugar en la campaña presidencial del 2012. Allí competían Enrique Peña Nieto, por el PRI y Andrés Manuel López Obrador, por el PRD. Unas semanas antes de las elecciones, el diario inglés *The Guardian* publicó documentos que demostraban que una unidad secreta de Televisa apodada “el equipo Handcock” promocionó por encargo a Peña Nieto en las elecciones de 2009 que lo llevaron a la gobernación del estado de México y lo catapultó a la escena nacional. Este grupo encargó videos promocionales sobre el candidato y su partido, a la vez que desacreditaban a los rivales.

Un grupo de jóvenes decidió a desenmascarar y visibilizar la estrategia de Televisa a favor de Peña Nieto, y bajo la consigna #yoSoy132, convocaron a una marcha estudiantil el 18 de mayo para “denunciar prácticas deshonestas y anti periodísticas de los medios, así como irregularidades en instituciones y partidos”. A esa marcha multitudinaria le siguieron asambleas, tomas, declaraciones y lo más importante, la producción de contenidos e información alternativa a través de distintas plataformas multimedia. Los integrantes de #yosoy132 se definieron como “un movimiento de jóvenes que buscan un proceso democrático limpio y honesto de parte de candidatos, instituciones y medios”.

Pero para sorpresa de muchos -incluso para este grupo de jóvenes- unos meses después de su triunfo, Peña Nieto propuso una reforma constitucional en materia de telecomunicaciones negociada con el PRI, el PAN y el PRD. El proyecto tocó de manera directa los intereses de los principales monopolios nacionales de televisión y telefonía, y a su vez, dejó abierta la posibilidad de intromisión gubernamental en los contenidos difundidos por los medios.

La iniciativa, que fue aprobada, pretende retomar la rectoría del Estado sobre el espectro radioeléctrico, que es propiedad de la nación, mediante la creación del Instituto Federal de Telecomunicaciones, que sería un órgano autónomo del gobierno para sustituir a la Comisión Federal de Telecomunicaciones.

Haber dejado acumular tanto poder a estas corporaciones es un problema común a las gestiones de los tres países. Una realidad que Rouseff y Peña Nieto comenzaron a sufrir en los últimos años, y que el gobierno argentino enfrenta hace más de un lustro, desde que impulsó la sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual.

Grupo Clarín: el gran grupo argentino

Fundado por Roberto Noble el último día de la segunda guerra mundial, en sus albores surgió en línea con el desarrollismo que proponía Arturo Frondizi y se convirtió en uno de los principales enemigos de Juan Domingo Perón. Apoyó a golpes de Estado y durante la dictadura iniciada el 24 de marzo de 1976 hizo negocios con ella. El cabal ejemplo es la adquisición de la principal planta de celulosa Papel Prensa a un precio irrisorio y a costa de la tortura a la familia Graiver.

Hoy en día, el grupo está compuesto por el Diario Clarín -el segundo diario de mayor tirada de habla hispana – y nueve publicaciones más entre diarios y revistas; Editorial Argentino S.A. (AGEA) y Papel Prensa; la agencia de noticias

DyN; 9 canales de tv abierta y 8 señales de tv por cable; servicios de Cable Cablevisión y Multicanal; cuatro emisoras de radio y las productoras Pol-ka, Patagonik, Film Group e Ideas del Sur. Con más de quince mil empleados, sus ventas alcanzaron en 2014 más de dos mil doscientos millones de dólares, superando las ventas en Argentina de firmas como Renault, FIAT, Minera la Alumbra y Unilever.

Los dueños de la gallina de huevos de oro son Ernestina Herrera (la viuda de Roberto Noble), Héctor Magnosto, José Antonio Aranda y Lucio Rafael Pagliaro, a través de la sociedad GC Dominio S.A (71 % del Grupo); seguidos por el estadounidense Ralph Booth, del Fondo de inversión Fontinalis Partners, titular de la minoría accionaria a través de GS Unidos LLC (9 %).

En la actualidad el core business de Clarín son las TICS. Cablevision, con sus más de 3 millones de abonados al servicio de televisión por cable y 1,5 millón al servicio de internet, es la red de fibra óptica con más suscriptores en América Latina. En 2014, la unidad de negocios aportó el 70 % de los casi 20 mil millones de pesos de ventas totales del grupo, y más del 90 % de las ganancias totales. Clarín comparte la propiedad de esta empresa con el fondo Fintech, del mexicano David Martínez, que este año formalizó la compra de la telefónica Telecom Argentina.

Lo que surgió como el órgano de un proyecto político, terminó como un conglomerado con una infinidad de negocios, que el grupo protege e incentiva utilizando su poder de fuego para instalar temas en la agenda pública.

Las operaciones mediáticas políticas esgrimidas por el grupo Clarín en los últimos años merecen un análisis aparte. Cabe recordar su militante actuación durante el conflicto con el campo con el gobierno argentino, en 2008, con la famosa resolución 125, donde jugó un rol fundamental a favor de las patronales agropecuarias.

La pelea entre el grupo Clarín y el gobierno escaló a un nuevo nivel cuando la presidenta Cristina Fernández de Kirchner decidió enfrentar al monopolio mediático enviando al Congreso la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. Hoy, a seis años de sancionada la ley, el grupo liderado por Ernestina Noble y Héctor Magnetto continúan esquivando, a través de un sinuoso camino judicial, la ejecución ley. Por caso, Clarín presentó diez pedidos de medidas cautelares para frenar la aplicación de la ley, en particular de los artículos que la obligaban a desprenderse de licencias de cable retenidas por Cablevisión. Durante cuatro años, la Corte Suprema de Justicia se negó a intervenir en cinco oportunidades para finalmente declarar la constitucionalidad de la ley. Aunque parecía que esto iba a dar punto final al litigio, no fue así: actualmente hay nueve causas abiertas en tres jurisdicciones distintas (Ciudad de Buenos Aires, Mar del Plata y Salta), buscando impedir el proceso de adecuación del Grupo Clarín al capítulo antimonopolio de la Ley de Medios.

El análisis sobre los medios de comunicación, los monopolios, sus vínculos con las sociedades y el poder, ha sido el eje de largos debates, análisis, ponencias, libros, documentales, y series. Sin embargo, en los tiempos que corren, tiempos de cambios y nuevos desafíos, sigue siendo indispensable volver a repensar el rol de los medios y el impacto que tienen. Y sobre todo, poder entenderlo en una matriz comparativa con otros países que, por supuesto, tienen similitudes y diferencias entre sí.

Fuente: <http://www.nodal.am> / visto en **ContraegemoníaWeb**

Fuente: [El Ciudadano](#)