

Para combatir el CORONABULOS (III)

Neoliberalismo y medios de comunicación

Antonio Campuzano Ruiz (<http://antoniocampuzano.es/>)

1.- La Economía en los últimos 50 años	p 1
1.1.- Neoliberalismo	p 1
1.2.- Financiarización	p 2
1.3.- Globalización	p 3
2.- Efectos de estas reformas políticas, económicas y sociales en los medios de comunicación	p 5
2.1.- Tendencias en los medios en los años 90	p 5
2.1.1.- Universalización	p 5
2.1.2.- Oligopolización	p 5
2.1.3.- Comercialización	p 6
2.2.- Consecuencias de estas reformas	p 6
2.2.1.- PRISA, un ejemplo	p 7
2.2.2.- La wiki, un medio más	p10

En la entrega anterior, vimos cómo los actores principales del sistema político-económico imperante son los promotores del negocio de los bulos.

Ahora veremos como ha evolucionado, en los últimos cincuenta años, este sistema, que prefiere consumidores que ciudadanos con derechos democráticos. Los medios nunca, o muy pocas veces, han sido democráticos, pero el deterioro que ha producido el sistema neoliberal en los sistemas democráticos, ha convertido a los medios de comunicación informativos en medios de propaganda.

1.- La Economía en los últimos 50 años

1.1.- Neoliberalismo

“Teoría política y económica que tiende a reducir al mínimo la intervención del Estado.” (RAE)

Teniendo en cuenta que la Democracia según la Real Academia Española da estas acepciones de Democracia:

1. f. Forma de gobierno en la que el poder político es ejercido por los ciudadanos
2. f. País cuya forma de gobierno es una democracia.
3. f. Doctrina política según la cual la soberanía reside en el pueblo, que ejerce el poder directamente o por medio de representantes.
4. f. Forma de sociedad que practica la igualdad de derechos individuales, con independencia de etnias, sexos, credos religiosos, etc. *Vivir en democracia*. U. t. en sent. Fig.
5. f. Participación de todos los miembros de un grupo o de una asociación en la toma de decisiones. *En esta comunidad de vecinos hay democracia*.

Y que estas acepciones las garantiza el Estado, si se quiere reducir el Estado es que se busca debilitar la Democracia, porque lo que pretende el Neoliberalismo es que el poder que pierda el Estado lo gane el sector financiero. Esta es la razón por la que, en el mundo actual, sólo se cumple

la última acepción de nuestro Diccionario, la 5ª y no en todas las comunidades de vecinos.

"La democracia en sí misma jamás ha sido un valor central del neoliberalismo" (Friedrich Hayek, ideólogo del neoliberalismo) (1)

«Es razonable sacrificar temporalmente la libertad para hacerla más segura en el futuro» (F. Hayek). La realidad es que en estos 50 años la libertad sólo se ha hecho más segura para los muy ricos.



Por algo esta doctrina la desarrollan los Chicago Boys, -no está probado que estos chicos tuvieran algún parentesco con los gansters de los años 20-, y se experimenta en las dictaduras militares chilena (1973-1990) y argentina (1976-1983) y, en vista del “éxito” -para algunos- es implantada y propagada por los presidentes conservadores Margaret Thatcher (1979-1990) en Gran Bretaña y Ronald Reagan (1981-89) en USA.

Los principios del Neoliberalismo (2) son: Propiedad Privada, Libertad, Predominio del

Mercado, Orden e Individualismo

Las consecuencias: aumento de la pobreza, precariedad laboral, deterioro de los valores democráticos y de los derechos humanos, fraude fiscal, privatización y deterioro de los servicios públicos y asistenciales (sanidad, vivienda, educación, asistencia social, transporte, ...), conversión del ciudadano en consumidor, etc.

Estas teorías se ponen en práctica en todo el mundo mediante la financiarización y la globalización.

1.2. Financiarización

“La «financiarización» es un término que se utiliza para describir el proceso por el cual instituciones financieras como los bancos y los fondos de cobertura se han apoderado de economías y sistemas políticos en gran parte del mundo.” (3)

Tras la Segunda Guerra Mundial, el sector financiero se desarrolla de manera notable estimulado por la desregulación que impone el neoliberalismo (4).

Una de sus características es que pone el **beneficio de los accionistas como objetivo principal de la empresa**, por encima de su función social o de la calidad del producto.

Los grandes accionistas, como los fondos de inversión, **buscando el beneficio a corto plazo** van cambiando de empresa en busca de mayores beneficios y las empresas tiene que tratar de dárselos, para que no se vayan, aunque sea **a costa de la pérdida de calidad del producto o del servicio o**

1) Juan Alvarez "Los Principios del Neoliberalismo" [en línea] Dirección URL: <https://www.zonaeconomica.com/principios-del-neoliberalismo> (Consultado el 21 de Ago de 2020)

2) Juan Alvarez. Obra citada

3) McMaken, Ryan (2020) “La La financiarización: por qué el sector financiero ahora rige la economía mundial” <https://mises.org/es/wire/la-financiarizacion-por-que-el-sector-financiero-ahora-rige-la-economiamundial>

4) Los defensores del neoliberalismo apoyan una amplia [liberalización de la economía](#), el [libre comercio](#) en general y una drástica reducción del [gasto público](#) y de la intervención del [Estado](#) en la economía en favor del [sector privado](#), que pasaría a desempeñar las competencias tradicionalmente asumidas por el Estado. <https://es.wikipedia.org/wiki/Neoliberalismo>

de la precariedad en el empleo y el sueldo de sus trabajadores.

La precariedad en el empleo, repercute en la calidad del producto, ya que muchos profesionales tienen que cambiar de trabajo con frecuencia y ejercer oficios o funciones que desconocen, lo que además incrementa la siniestralidad laboral.

En EEUU, a finales de los años 70, el antropólogo Marvin Harris, describe así los resultados, que no tardarían en extenderse por el resto del planeta:

“Este libro trata de [...] Cartas que tardan semanas en llegar, camareros que te arrojan la comida a la cara, dependientes mal educados y ordenadores que te pasan factura por cosas que nunca has comprado, [...] De cordones de zapatos que no duran ni una semana, bombillas que no paran de fundirse, plumas que no escriben, coches que se oxidan [...] De aviones que pierden los motores, reactores que tienen escapes [...] la gente ha dejado de enorgullecerse de su trabajo. Los vendedores son poco serviciales y están mal informados. Resulta difícil encontrar secretarías, camareros y camareras, empleados de banca o telefonistas que sean competentes.” ⁽⁵⁾

Así ve Marvin Harris, los resultados de la financiarización, ya en los años 70, en EEUU.

1.2.- La globalización

La financiarización conlleva la globalización. Si los inversionistas se mueven en el plano internacional, las empresas se ven inducidas a hacer lo mismo y de paso, al no depender de un sólo país, ya que la tributación es nacional, tratar de eludirla o al menos tributar en donde menos cueste.

José Luis Sampedro define la globalización como:

“Constelación de centros con fuerte poder económico y fines lucrativos, unidos por intereses paralelos, cuyas decisiones dominan los mercados mundiales, especialmente los financieros, usando la más avanzada tecnología y aprovechando la ausencia o debilidad de medidas reguladoras y de controles públicos.” ⁽⁶⁾

Frente a este protagonismo real de los poderes económicos, la wiki “Globalización” ⁽⁷⁾ lo explica de otra manera mas fantasiosa pero poco creible:

“La globalización es a menudo identificada como un proceso dinámico producido principalmente por la sociedad, y que ha abierto sus puertas a la revolución informática, llegando a un nivel considerable de liberalización y democratización en su cultura política, en su ordenamiento jurídico y económico nacional, y en sus relaciones nacionales e internacionales.”



A estas alturas de la película, poca gente que no trabaje o pertenezca a los círculos financieros defenderá el protagonismo de la sociedad en la globalización o que defienda “los derechos fundamentales de la ciudadanía” o “la libre circulación de personas”. Este artículo de la wiki parece redactado por una agencia publicitaria.

Donde llega a crear un mundo de fantasía es cuando dice: “Mientras tanto en la política de hoy en día gobiernos van perdiendo atribuciones en algunos

5) Harris, Marvin. (1981) La cultura norteamericana contemporánea. Una visión antropológica. En castellano, Alianza Editorial. Libro de Bolsillo. Madrid, 1984. (págs. 7-8)

6) José Luis Sampedro, *El mercado y la globalización*. Barcelona: Destino, 2002, p. 65.

7) Globalización <https://es.wikipedia.org/wiki/Globalizaci%C3%B3n>

ámbitos que son tomados por la sociedad civil en un fenómeno que se ha denominado sociedad red, ...” esto si que es pura propaganda neoliberal, salvo que se entienda por “sociedad civil” bancos y fondos de inversión que nos tienen a todos los demás en su red (hipotecaria, por supuesto) .(8)

La globalización neoliberal se caracteriza por **sustituir la Democracia por el Mercado**, mediante:

- **Desregulación política y económica** para llegar al “Libre Mercado”. Esto se logra quitando competencias a los estados-nación para regular la actividad económica y política (Tratados de Libre Comercio, lo llaman). Lo que implica degradación de las instituciones democráticas, porque sus poderes pasan a las “autoridades” económicas (FMI, BM, OMC, ...). Pero **el Libre Mercado no existe porque**, en este sistema económico, los grandes actores (banca, seguros, fondos ...) **convierten el mercado en marioneta de la que manejan sus hilos**.
 - **Libre competencia** y, como paradoja, concentración empresarial: **oligopolios**. La Ley del Mercado es la Ley de la Selva, por tanto sólo las grandes corporaciones tienen poder para imponer, en cada momento, las “leyes” del Mercado, ya que los Estados están perdiendo esas competencias, y sólo las grandes corporaciones podrían “competir” en este sistema, pero les produce más beneficios llegar a acuerdos entre ellas (acordar precios, por ejemplo, algo que solía estar prohibido). Esto fomenta la financiarización (Círculo Vicioso, que diría Sánchez Ferlosio, Chicho) porque las empresas se endeudan para crecer.
- La hegemonía de la Economía Financiera se traduce en medidas que favorecen al capital privado:
- **Privatizaciones** de servicios públicos básicos (salud, educación, servicios asistenciales, limpieza, transportes ...) que generan graves crisis sociales, porque producen descensos en el nivel de vida y ya estamos viendo que también esperanza de vida.
 - **Precarización laboral y social** impuestas “legalmente” para “mejorar” la competitividad de las empresas (Reformas Laborales, por ejemplo). Estas no son las únicas medidas que permiten mejorar la competitividad, también lo permitiría mejorar la organización y gestión empresarial, pero en España los sectores más importantes son la construcción y el turismo que funcionan con muy poca profesionalidad y sus beneficios se basan en los contratos públicos (germen de la corrupción) y en la explotación de la mano de obra (germen de la pobreza y la injusticia).
 - **Crisis financieras periódicas** que “obligan” a rescatar a las entidades financieras, nunca a las personas.



8) En el siglo XIX el Liberalismo defendía la democracia sólo para los propietarios.

2. Efectos de estas reformas políticas, económicas y sociales en los medios de comunicación

La globalización se expande en los ochenta y, en Europa, los medios de comunicación tratan de adaptarse a este proceso.

2.1.- Tendencias en los medios en los años 90

Cees Hamelink⁽⁹⁾, define tres características en este proceso: Universalización, Oligopolización y Comercialización

2.1.1.- La universalización de la producción, responde a las tendencias mercantiles debidas según él a:

- El crecimiento del comercio por la disminución de los gastos de transporte y el alza de los costes para el desarrollo de nuevos productos
- La extensión de los mercados financieros.
- Las políticas favorables a la liberalización de las comunicaciones mundiales, debido a la presión de las grandes corporaciones.
- Las innovaciones tecnológicas, especialmente en el mundo de la informática y las telecomunicaciones, que han simplificado los procesos de universalización.

2.1.2.- La oligopolización (concentración empresarial), debido al incremento de coaliciones entre grandes compañías, cuyos factores clave son para él:

- El incremento de la escala de explotación de los mercados de la comunicación y la necesidad de combinar la producción y distribución de hard y soft.
- El control de los mercados nacionales para evitar la competencia.
- La reinversión de excedentes de algunas industrias (editoriales).
- La defensa ante inversores extranjeros.

En España:

1992 Se constituye el Grupo RECOLETOS: formado por El Mundo⁽¹⁰⁾, Marca, Expansión, Actualidad Económica y Diario Médico. En 2007, se fusiona con UNEDISA y se crea UNIDAD EDITORIAL. En 2013, la deuda era de 600 millones.

2001 Se constituye el Grupo VOCENTO⁽¹¹⁾: Fusión del Grupo Correo con Prensa Española (ABC). Grupo formado por mas de 100 empresas. En 2010, deuda de 121,85 millones de euros.

2010 Telecinco compra la Cuatro y la Siete.

Atresmedia⁽¹²⁾ se funda en 1989, en 1992 entra en su accionariado el Grupo Zeta. En 1997 sus accionistas mayoritarios son Telefónica y Banco Santander y a partir de 2003 el mayor accionista es el Grupo Planeta. En 2011 se fusiona con La Sexta y, en este momento tiene 11 canales de TV, varias emisoras de radio y está vinculada al grupo multimedia PLANETA.

9) Hamelink, Cees J. (1991) *"La comunicación social: tendencias clave de los años noventa"*. En Comunicación Social 1991 / Tendencias. Fundesco. Madrid. Pp 97-105

10) Controlado el 96%, por la empresa italiana [RCS MediaGroup](#)

11) VOCENTO <https://es.wikipedia.org/wiki/Vocento>

12) Atresmedis <https://es.wikipedia.org/wiki/Atresmedia>

2.1.3.- La comercialización supone el triunfo de los intereses corporativos sobre los públicos, que erosionan al sector público, mediante la liberalización, con apoyo de instituciones públicas como la ONU. Dicho de otra manera, la degradación del producto, sea información o espectáculo: los intereses de la empresa por encima de los de la audiencia.

Teniendo en cuenta que la publicidad es el ingreso principal de los medios de comunicación en el sistema económico de Mercado, en la mayoría de los medios, **la comercialización consiste en captar lectores, espectadores, etc. y hacer paquetes con audiencias de características similares, para vendérselos a las comercializadoras de publicidad.**

Para ello la radio y la TV crean programas que capturen audiencias de edades o características de consumo determinadas y los medios impresos revistas y otros productos con esa misma función. La producción principal de los medios, en este sistema económico, no es la información o el entretenimiento, es crear “paquetes” de audiencia vendibles a las empresas comercializadoras.

Esta necesidad de buscar audiencias para vender a los anunciantes hace que a los medios informativos, las televisiones sobre todo, les sea más rentable acercarse a las personas que acercarse a la verdad. Así vemos que ante un acontecimiento, en vez de indagar sobre sus causas, protagonistas, etc. es más rápido y barato llegar al lugar de los hechos varias horas después y preguntar a cualquiera que pase por allí sobre el acontecimiento. El falso testigo no se va a quedar callado y contará sus impresiones reales o inventadas. Esto no es hacer protagonista a la persona, sino aprovecharse de ella para ahorrar esfuerzo y gasto captar un nuevo espectador que se querrá ver en la tele.

2.2.- Consecuencias de estas reformas

Según Hammelink⁽¹³⁾ la consecuencia es la **devaluación de la calidad democrática de la comunicación social**. La generalización de sistemas que funcionan como unipartidistas ante el acuerdo de varios partidos sobre las cuestiones fundamentales, que genera una gran distancia entre el elegido y el electorado y **un flujo unidireccional de la información** (de arriba abajo). Se forman así, también, minorías profesionales alejadas de sus clientes a las que difícilmente se les puede pedir responsabilidades.

La democracia exige ciudadanos bien informados y con acceso a los medios, pero en el neoliberalismo manda el mercado y *“en el mercado no hay derechos, sólo consumidores con mayor o menor poder según su capacidad adquisitiva y empresas que ofrecen sus productos y servicios destinados a generar beneficios económicos”*.⁽¹⁴⁾

En los años 60 Umberto Eco⁽¹⁵⁾ ya detectó que **la cultura de masas en su mayor parte es producida por grupos de poder económico con el fin de obtener beneficios y por grupos de poder político con fines de persuasión y dominio.**

“Desde que está considerada como una mercancía, la información ha dejado de verse sometida a los criterios tradicionales de la verificación, la autenticidad o el error. Ahora se rige por las leyes del mercado”. Kapuscinski⁽¹⁶⁾

La concentración empresarial produjo mayor control de la información por disminución de

13) Hamelink, Cees J. Obra citada.

14) Serrano, P. (2016) Medios democráticos. Una revolución pendiente en la comunicación. Ediciones Akal-Foca, pág. 7

15) Eco, U. (1965) Apocalípticos e integrados. Ed. Lumen, Barcelona, 1968.

16) Kapuscinski, R. *¿Reflejan los medios la realidad del mundo?* Le Monde Diplomatique, julio-agosto 1999. Tomado de <<http://www.etcetera.com.mx/pag87ne25.asp>>

agencias y medios informadores. (17)

La necesidad de vender más, para tratar de disminuir la deuda, llevó a la **trivialización de los contenidos** -más espectáculo y menos información- y al abaratamiento y **pérdida de calidad del producto** -menos información y más opinión poco cualificada: tertulias-.

La informatización que supuso la universalización de la producción de las empresas, conllevó grandes inversiones, agravadas por la crisis de las puntocom (1997-2001) (18). Estas inversiones generaron deudas que, en España, se multiplicaron en la crisis 2008 por el desplome de la publicidad y en la prensa además por la caída de las ventas.

Cuando las tenedoras de la deuda (banca, fondos, grandes corporaciones ...) vieron que no podrían cobrar, canjearon deuda por acciones, es decir, se hicieron con la propiedad de los medios y estos **pasaron de ser el 4º Poder, a ser La Voz de Su Amo.**

La precarización en el empleo también ha incidido en la calidad de la información. *“En otros tiempos, el periodismo era una misión, no una carrera. Hoy, no se cuentan los individuos que practican el periodismo sin identificarse con esta profesión, o sin haber decidido dedicarle plenamente su vida y lo mejor de ellos mismos. Es, para algunos, una especie de hobby, que pueden abandonar en cualquier momento para hacer otra cosa. Numerosos periodistas actuales podrían trabajar mañana en una agencia de publicidad y convertirse, pasado mañana, en agentes de cambio.”*(19)

El número y el tono de las críticas hacia la profesión periodística ha arreciado en los últimos años, [en España] hasta el punto de situarla como una de las menos valoradas, como han puesto de manifiesto encuestas del Centro de Investigaciones Sociológicas(20). En su informe de marzo de 2013, señala que un 27,6% de los ciudadanos muestra una confianza negativa (menos de 5 puntos de una escala de 10) respecto a los medios, mientras que casi la mitad (46,4%) les concede una confianza mínima y un 21,7% declara un nivel de confianza notable (7 y 8). Esta desafección se traslada también a la valoración de la profesión, la más baja (un 6,4 sobre 10) –junto a la de juez– de una escala de diez propuestas, y en especial, a la hora de recomendarla a hijos o amigos, algo que solo osaría hacer el 1,7%, apenas por delante de la de albañil y dos décimas por debajo de la de fontanero. (21)

2.2.1.- PRISA, un ejemplo

Podemos tomar a esta empresa mediática como ejemplo de la caída de los medios en manos de los poderes financieros y de la influencia de estos en los poderes políticos.

El Grupo PRISA, compuesto por prensa, radio, educación, etc. se forma en los últimos años del franquismo. El País -diario de referencia- se funda en 1976 promovido por Jesús Polanco a instancias de Manuel Fraga (22) como nuevo diario acorde con los nuevos tiempos de la transición.

17) Ramonet, I. (2002) “Medios de comunicación en unas pocas manos”
<http://www.rebellion.org/medios/ramonet311202.htm>

18) Burbuja puntocom https://es.wikipedia.org/wiki/Burbuja_puntocom

19) Kapuscinski, R. obra citada.

20) Barómetro CIS de Marzo 2013 http://datos.cis.es/pdf/Es2981mar_A.pdf

21) GÓMEZ MOMPART, Josep Lluís; GUTIÉRREZ LOZANO, Juan Francisco; y PALAU SAMPIO, Dolors (2015): “La calidad periodística en España según la percepción de los periodistas”. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*. Especial noviembre “Periodismo e información de calidad”, págs.: 13-30. Madrid, Servicio de Publicaciones de la Universidad Complutense <https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/50647>

22) Ver Morán, Gregorio. El cura y los mandarines. AKAL 2014 pág. 541 y ss.

Nace como iniciativa popular con multitud de pequeños accionistas afines a la democracia, pero pronto la familia Polanco se va haciendo con las acciones y nombra al primer director, Juan Luis Cebrián, hijo de un notable falangista, que, a pesar de su juventud ya ha sido Jefe de Informativos de RTVE con el último gobierno de Franco, presidido por Arias Navarro.

Compite con Diario 16 por la etiqueta de “nueva prensa democrática” y recibe un fuerte impulso por el apoyo de Felipe González durante su gobierno y ya, en esa época, extiende su influencia por Latinoamérica, no sólo en el campo de los medios de comunicación, también en el ámbito de la comercialización de material sanitario.

Durante esos años va ampliando su radio de acción en el campo televisivo creando Cuatro (TV en abierto) y Canal Plus (de pago), pero el gobierno de Aznar se apoya en El Mundo de Pedro Jota, que había ganado muchos puntos por las investigaciones del GAL, y empieza a perder influencia. Estamos en los años 90 y la globalización y la digitalización, así como la pérdida del apoyo del gobierno le pasan factura.

El canal de pago no alcanza el éxito esperado y en los últimos años de su vida Jesús Polanco, que muere en 2007, está pidiendo un nuevo partido de centro-derecha que aún tardará en llegar. Juan Luis Cebrián toma las riendas del negocio y la crisis económica del 2008 es un duro golpe para el periódico que pierde, como los demás, publicidad y compradores.

La familia Polanco va perdiendo poder ante la necesidad de ampliaciones de capital a que obligan las crisis y entran Telefónica y el Banco de Santander además de fondos, bancos y empresarios extranjeros.

De esta forma, el 30 de septiembre de 2019, los mayores accionistas, según el propio diario, son:

- Amber Capital (fondo USA dirigido por el azerbaiyano Joseph Oughourlian) 29,80%, no está interesado en llegar al 30% porque esto le obligaría a lanzar una OPA.
- Telefónica 9,44%.
- HSBC (Hongkong and Shanghai Banking Corporation) banco británico creado en el siglo XIX para gestionar los beneficios del opio y hoy quizá el banco más penalizado del mundo por sus irregularidades, 9,108%.
- Rucandio (familia Polanco) 7,611%
- Khalid Al-Thani (jeque qatarí) 5,142%.
- Carlos Slim (empresario mexicano muy relacionado con Felipe González) 4,30%.
- Banco Santander 4,145%.
- Carlos Fernández (empresario mexicano), antiguo consejero del Santander, 4,027%.

Estas cifras son las oficiales, pero el B. Santander tiene más influencia de lo que parece porque varios de los accionistas, familia Polanco incluida, juegan con dinero prestado por este banco que ha colocado en puesto directivo a Javier Monzón.

En 1917, Amber Capital provocó la marcha de José Luis Sainz, como consejero delegado de Prisa, y de **Juan Luis Cebrián**, como presidente ejecutivo, acusándole de una nefasta gestión en El País y la SER y de ponerles al borde de la quiebra ⁽²³⁾ -más de 1.000 millones de deuda de PRISA- y en 1918, el nombramiento de Soledad Gallego Díaz como directora de El País, para conseguir un poquito de sintonía con el gobierno de Pedro Sánchez, ya que la dirección anterior apoyaba a Ciudadanos. Javier Monzón, presidente del Consejo de Administración del OpenBank -filial del B. Santander- y bien relacionado con Felipe González ⁽²⁴⁾, pasó a ser Presidente no ejecutivo de

23) https://www.vozpopuli.com/medios/Amber-Capital-historico-Prisa-OPA_0_1258675211.html

24) Felipe González le nombró, durante su gobierno, presidente de INDRA, cuando ésta era empresa pública y esta empresa compró una empresa del hijo de González con un contrato blindado para el hijo.

PRISA.

EL PAÍS ESPAÑA

ANDALUCÍA CATALUÑA C. VALENCIANA GALICIA MADRID PAÍS VASCO ÚLTIMAS NOTICIAS

Te quedan 6 artículos gratis este mes SUSCRÍBETE POR 1€

CASO VILLAREJO >

La sombra de Villarejo persigue a Iglesias

La oposición se lanza contra el vicepresidente después de que el juez le retirase la condición de víctima en el caso del supuesto espionaje a una antigua asesora suya

J. J. GÁLVEZ | INÉS SANTAERULALIA

Madrid - 27 JUN 2020 - 00:30 CEST

NEWSLETTER

Recibe el boletín de Actualidad

TE PUEDE INTERESAR

- La cuarentena infinita de Buenos Aires
- En busca del cuerpo de Calderón de la Barca
- Renault: misma crisis, diferente dirección
- Josep Cuat, el fiel amigo del rey emérito y guardián de sus secretos

PRISA perdió 182 millones de euros en 2019 ⁽²⁵⁾ además de la deuda que arrastra, y en junio de 2020, con motivo del consejo de accionistas, Javier Monzón nombra nuevo director de El País al anterior director Javier Moreno, y esto se interpreta como una victoria del banco Santander y de Felipe González (que forma parte del Consejo Editorial del periódico) para girar la línea editorial hacia la crítica al gobierno de Pedro Sánchez, ya que, como ha expresado varias veces Juan Luis Cebrián, no quieren un gobierno de coalición del PSOE con Unidas Podemos sino con el PP.

En un mundo que ya es multipolar -EEUU, Rusia, China-. PRISA sigue aferrada a los intereses políticos, económicos y militares de EEUU.

Sus intereses empresariales en Latinoamérica son otra pesada losa que enturbia su calidad. Que todos los días haya varias informaciones sobre Venezuela (casi siempre negativas) y no siempre las haya de China, líder mundial en tantos aspectos, no es de recibo en un periódico de referencia porque pone en evidencia la prioridad de sus propios intereses económicos sobre la calidad informativa y el respeto a sus lectores.

Si nos preguntamos por qué grandes empresas mantienen durante años acciones en empresas mediáticas en pérdidas, podemos encontrar varias respuestas.

Pascual Serrano también se plantea la pregunta⁽²⁶⁾ y responde así:

“¿Qué futuro económico le auguraríamos a un panadero que debiese a los bancos cinco veces el precio de su panadería? Es el caso del Grupo Prisa, y sin embargo consiguió que le comprasen parte de la empresa y, encima, blindando el sueldo de sus ejecutivos. ¿Por qué sucede eso? ¿Por qué una empresa con una deuda cinco veces mayor que su patrimonio no entra en quiebra y encima sus gestores terminan manteniendo sus contratos multimillonarios con unos nuevos propietarios? Porque tienen algo más valioso que el dinero, la capacidad de crear opinión, su propiedad son los millones o cientos de miles de audiencias o lectores a quienes se puede transmitir lo que quiera el dueño del grupo.” (pág. 32)

EL PAÍS ECONOMÍA

Retina

“La ‘tasa Google’ es una aberración: los políticos no saben cómo puede afectar a los inversores”

PATRICIA COLL RUBIO

Referente en el ecosistema digital barcelonés, Juan Margenat nos recibe en las nuevas oficinas de la sede central de Marfeel en Barcelona, que cuentan con vistas panorámicas de la ciudad y un sinfín de detalles pensados para atraer y desarrollar el talento digital.

Otra respuesta complementaria es la capacidad de los medios para ocultar lo que no interesa a los

25) Batalla en Prisa por el control accionario y editorial de la compañía https://www.eldiario.es/economia/batalla-prisa-control-accionarial-editorial-grupo_0_1038346919.html

26) Serrano, P. (2010) Traficantes de información. La historia oculta de los grupos de comunicación españoles. Akal, 335 págs.

poderes económicas o a ellas mismas. El silencio de los medios sobre los movimientos económicos de la Casa Real Española o sobre incidentes muy graves en grandes anunciantes, como El Corte Inglés ⁽²⁷⁾, son ejemplos bastante claros.

3.2.2.- La wiki, un medio más

El accionariado de los medios de comunicación cambia con cierta frecuencia y no resulta fácil acceder a él, porque muchas empresas no se dan excesiva prisa para cumplir con su obligación de entregar sus datos de accionistas a la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV) y ésta tampoco en publicarlos.

La wiki cuando habla de los medios tampoco los suele incluir y, aunque los incluyera, no suele mostrar la fecha en que se ha creado o actualizado. Algunas de las wikis mencionadas en este trabajo, por las fechas que incluyen, pueden ser de hace diez años. No obstante, suelen ser más objetivas que las de las propias empresas mediáticas que son pura propaganda.

La fecha de publicación, en la wiki, es importante para contextualizar la información, pero esto podría causar devaluación comercial porque muchos lectores, habituados a la información diaria, podrían considerarlo información obsoleta.

Las wikis sobre historia no suelen contemplar la economía como factor importante en los acontecimientos, lo que indica una concepción historiográfica poco acorde con los tiempos.

Ya vimos en el ejemplo del término “Globalización” que su descripción estaba mucho más sesgada hacia los intereses del capital (que no lo leerá) que hacia los de los lectores que quieren informarse. En esto se muestra claramente su afinidad de intereses con la mayoría de los medios.

En las wikis sobre economía, predomina la concepción neoliberal dominante. A esto, hace un tiempo, lo llamaban “discurso único”.

Muchas de estas características son similares a las de los medios de comunicación.

En este capítulo, hemos visto la transformación de los medios de comunicación acompañando la evolución del sistema político-económico dominante.

En el siguiente: **La necesidad humana de entender lo que pasa**, veremos cómo los ciudadanos necesitamos entender lo que pasa en nuestra realidad más próxima pero también en la global y cómo procesamos la información que recibimos de los medios de comunicación en su mayor parte.

27) Serrano, P., obra citada, pág. 13.