



:: [portada](#) :: [Mentiras y medios](#) ::

22-06-2004

Los medios de la gente alcanzan a más gente que FOX

Jim Hightower

CommonDreams.org

Traducido para Rebelión por Germán Leyens

Mientras los Grandes Medios participan "simplemente en el negocio de vender productos", los medios de la gente alcanzan a más gente que *FOX*.

El reformador democrático Henry Adams, que condenó la decadencia de la democracia cuando los capitalistas inescrupulosos llegaron al poder en el siglo XIX, no escatimó palabras sobre el fracaso de los medios noticiosos de su tiempo. "La prensa es el agente alquilado de un sistema adinerado", escribió, "y ha sido establecida sin otro propósito que vender mentiras cuando sus intereses pueden verse afectados".

Hay que imaginar la tormenta verbal que Henry dirigiría a los magnates de la prensa de nuestros días, que no son sólo agentes alquilados de los intereses adinerados, se han convertido en los intereses mismos, totalmente corporacionizados, conglomerados y expertos en el arte de la mentira periodística para perpetuar el poder y los beneficios de las elites.

Un puñado de feudos corporativos interesados controla ahora prácticamente todas las fuentes del mercado masivo de noticias e información de EE.UU. GE ahora posee *NBC*, Disney *ABC*, Viacom *CBS*, News Corp. *Fox*, y Time Warner es dueño de *CNN*; los cinco controlan las noticias televisivas. De los 1.500 periódicos diarios, sólo 281 son de propiedad independiente - tres compañías controlan un 25 por ciento de las noticias diarias circuladas en todo el mundo.



Estos gigantes distantes de la realidad afirman abiertamente que la razón de vida de los medios es cumplir con sus propias necesidades lucrativas - en lugar de cumplir con la necesidad de un discurso vigoroso, democrático, que sienta el público en general. Lowry Mays, mandamás de Clear Channel Inc. (que posee más de 1.200 radioemisoras - un tercio de las estaciones de radio en EE.UU.), opina que: "Nuestro negocio no es suministrar noticias e información. Es, simplemente, vender los productos de nuestros clientes".

Este determinado enfoque mercenario se combina con la arrogancia general de las corporaciones para hinchar los egos de los caciques de los medios, llevándolos a pensar que son realmente los infalibles dioses de nuestra alimentación cotidiana con noticias, sin necesidad de sentirse responsables ante el público: "Pagamos 3.000 millones por estas estaciones de televisión", dijo un ejecutivo de una afiliada de Fox en Tampa; "Nosotros decidimos de lo que es una noticia. Noticia es lo que nosotros te decimos que es noticia".

La burda censura corporativa de nuestras noticias por estos individuos de los consejos de dirección es menos común que la sutil censura interna hecha por los gerentes generales, editores en jefe y algunos reporteros que evitan tópicos y diluyen los artículos que la jerarquía corporativa podría considerar ofensivos o simplemente no llegar a comprender. Un estudio en 2000 de Pew Research Center for the People and the Press descubrió que un tercio de los periodistas locales admiten que suavizan una noticia teniendo en cuenta los intereses de sus organizaciones mediáticas. Un cuarto dice que sus jefes les dicen que ignoren una historia porque es aburrida, pero los reporteros sospechan que la verdadera motivación es que podría dañar los intereses financieros de la compañía de medios. ¡Y se trata sólo de aquellos periodistas que lo confiesan!

Si detectas un sesgo corporativo en tus noticias, no te sientas aislado. Dos tercios de los estadounidenses dijeron a los encuestadores, en septiembre pasado, que creen que los intereses especiales de una agenda político-corporativa interesada infectan la cobertura en los medios. Podemos retorcernos las manos y clamar por este agarrón corporativo, monopolista, sobre las fuentes de noticias, pero existe una idea mejor: Hagamos algo al respecto. Logremos un auge a partir de la base.



Un auge a partir de la base

El Motel Austin es un negocio renovado, de la era del New Deal en South Congress Avenue, cerca de mi casa. Tiene una vieja marquesina fuertemente iluminada que da a la calle y proclama orgullosamente el credo de los actuales propietarios: "Sin aditivos. Sin preservativos. Libre de corporaciones desde 1938".

¿No sería una excelente consigna para nuevos medios democráticos para EE.UU.?

¡Vaya!, dirás, Hightower, no juegues con nosotros. Costaría miles y miles de millones de dólares si quisiéramos construir una red de medios de amplia base además de los conglomerados establecidos de televisión, radio y prensa, así que no es más que una quimera. Bueno... sí, costaría esa suma imposible de miles de millones si nos pusiéramos a duplicar simplemente los Goliat de los medios. ¿Pero, y si tratáramos de desarrollar un David, una red vivaz, ágil, de medios de información que no requieran grandes capitales y que no estén lastrados ni por salarios de millones de dólares ni por voraces burocracias de conglomerados?

Tengo buenas noticias. ¡Ya está ocurriendo! Miles de personas resistentes, de base, han estado trabajando consecuente y creativamente durante años en todas las áreas de los medios, y el resultado de sus esfuerzos combinados es que ahora florece una nueva fuerza mediática de costa a costa, una fuerza de cientos de servicios noticiosos que es indoblegadamente progresista, fieramente independiente, diversa, dispersa y democrática. Algunos de estos medios son conocidos en el ámbito nacional, otros sólo localmente; algunos son nuevísimos, otros han estado trabajando durante decenios. Pero lo importante es que, colectivamente, constituyen una fuerza con la que hay que contar, celebrar, estratégicamente desplegada y deliberadamente expandida.



He conocido y trabajado estrechamente con muchos de estos variados medios durante toda mi vida política, pero recién el año pasado comprendí lo que puede suceder si aprendemos a relacionar los diversos componentes y aprovechar todo el poder que ofrecen.

La ocasión fue modesta en extremo: el lanzamiento de mi libro: "Thieves in High Places". Además de tratar de la cleptocracia acaudalada que se ha apoderado del poder democrático de nuestro pueblo, el libro está centrado en el levantamiento profundamente alentador de ustedes, estadounidenses de base, que están ahí afuera combatiendo a los ladrones - y a menudo derrotándolos. Son historias inspiradoras de activismo democrático que el establishment mediático ignora en su mayoría y yo quería que la mayor cantidad posible de gente conozca las historias, para que otros encuentren aliento y continúen la lucha.

Llámenme cínico, pero yo sabía, por experiencia propia, que los magnates del poder de los medios no iban a apresurarse a adoptar y diseminar mi mensaje contra el establishment. Tuve razón: ninguno de los shows televisivos de la mañana ("Today," "Good Morning America," etc.) me permitieron hablar al respecto; ningún show noticioso de la noche ("20/20," "Dateline," etc.) quiso tocarlo; no hubo reseñas en los periódicos y revistas del mercado masivo (*New York Times*, *Newsweek*, etc.) e incluso *NPR* y la televisión pública le hicieron el vacío. Fue un caso de libra non grata. Sin embargo, ocurrió una cosa extraña (y divertida). "Thieves" llegó a estar entre los 10 primeros en casi todas las listas de best sellers del país, incluyendo la lista del *New York Times*. Casi se podía oír a los incrédulos compiladores de datos de venta preguntando: "¿Cómo diablos se metió esta cosa en nuestra lista?"

Se metió, alcanzando rápidamente a un público de mercado de masas, a través de vuestra y de mi propia red formada por un mosaico de medios disimilares, que la mayoría de nosotros incluso ignoramos que tenemos. Descubrí repentinamente el alcance y la profundidad de esa red porque Sean Doles y Laura Ehrlich en mi oficina habían organizado una campaña de guerrillas para que se supiera del libro. Trabajando con estaciones de radio comunitarias, con semanarios noticiosos alternativos, con librerías independientes, con organizaciones activas en la red, con organizaciones locales, con algunos rebeldes advenedizos de la televisión - y después, por cierto, con ustedes esforzados propagandistas - descubrimos que después de todo los progresistas no se han quedado sin voz en el páramo de los medios corporativos si sólo llegamos a darnos cuenta de que tenemos nuestras propias y poderosas armas mediáticas.



Mi libro no importa, pero el concepto de conectar este mosaico de potenciales es de gran importancia. Cada pieza en particular de este mosaico mediático progresista es pequeña (y los propios progresistas lo menosprecian demasiado a menudo como si fuera "insignificante"). Pero sumemos las piezas y tendremos una extendida red de medios que - cada cual y cada día - llegan a decenas de millones de personas.

Asimismo, la gente que abre nuestros medios progresistas no constituye sólo un número cumulativo para venderlo a los anunciantes; en su mayoría son lectores, oyentes, participantes en Internet, y telespectadores a los que les importa y que buscan la acción. Vimos un ejemplo el año pasado de lo que puede ocurrir incluso cuando se conectan sólo algunos de este componentes. La FCC [siglas en inglés de Comisión Federal de Comunicaciones], dirigida por el fanático del liberalismo económico Michael Powell, estaba imponiendo un cambio en las reglas que permitirían efectivamente que uno o dos conglomerados mediáticos controlaran la televisión, la radio, la radio y los servicios noticiosos en cada ciudad de EE.UU.

Esencialmente, esa desregulación de la propiedad de los medios llevaría a la monopolización generalizada de nuestras fuentes de noticias. Los lobbyistas corporativos y los abogados del gobierno se habían ocultado tras un oscuro anonimato para susurrarse mutuamente legalidades, y nosotros, la gente común, no hubiésemos sabido nada hasta que fuera demasiado tarde, al oír ese sonido húmedo, acaramelaaaaaado proveniente de Washington que nos cuenta -... este...,... este..., ivaya! - ¡de nuevo nos metieron un gol!

Esta vez, sin embargo, fue diferente. Varias organizaciones de interés público se dieron cuenta de la acción oculta de la FCC y alertaron a grupos de base como Common Cause, que lanzaron luces de bengala para movilizar a sus 200.000 miembros. Entonces, como los panfletistas de otra época, docenas de estaciones de radio comunitarias llenaron el país de periódicos radiales, traduciendo toda la jerigonza reguladora de la FCC en claros gritos movilizadores. Machacaron el tema día tras día. Después vino el grupo *MoveOn.org*, activo en la red, que dio a esta creciente oposición de base el mecanismo que necesitaba para una respuesta concentrada - y una avalancha de unos 170.000 correos electrónicos llegó a Washington.

El resultado fue que, en julio pasado, la Cámara de Representantes de EE.UU. votó por 400 contra 21 a favor de una enmienda del representante David Obey para detener la decisión de la FCC de



monopolización de los medios. Los 400 votos decisivos provinieron de congresistas (demócratas así como republicanos) que habían recibido cubos de dinero de los mismos magnates de los medios contra los que decidieron, repentinamente, que tenían que votar.

La batalla no ha terminado, pero el hecho de que este arcano tema de las regulaciones de propiedad de los medios haya podido, en tan poco tiempo, encender un fuego de pradera de rebelión popular demuestra el poder que tenemos a nuestra disposición.

Radio

Como hemos aprendido en los últimos doce años de experiencia en las ondas, la radio puede ser una cajita muy democrática, en parte porque es ubicua (en nuestros dormitorios, coches, duchas, etc.) y también porque la gente tiende a escuchar lo que se dice en la radio, a diferencia de la televisión en la que reciben una imagen pero no prestan mucha atención a lo que se dice. La mala noticia es que el dial de la radio está siendo adquirido rápidamente por *Clear Channel* y un par de otros conglomerados. La buena noticia, sin embargo, es que seguimos teniendo cientos de estaciones extremadamente importantes en nuestras manos, que emiten cada día un continuo mensaje progresista a millones.

Desde 1993, mis propios comentarios de dos minutos en la radio ("pequeños taponazos de populismo", los llamamos) han sido emitidos todos los días de la semana, y son escuchados ahora en una mezcla de 130 estaciones comerciales y comunitarias de costa a costa, más Alaska, Hawai y - fíjense - la Radio de las Fuerzas Armadas, así como en la red (www.jimhightower.com). Pero yo soy lo que menos importa. Del atrevido *Democracy Now* de Amy Goodman a *Working Assets Radio* con Laura Flanders, de *New Dimensions* a *Latino USA*, de *Counterspin* a *RadioNation*, de *ACORN Radio* a *Alternative Radio* con David Barsamian, de *Media Matters* con Bob McChesney a *The World* - existe una abundancia de presentadores nacionales y locales que discuten cada día temas y perspectivas progresistas.

Por el sesgo corporativo de sus propietarios, la radio comercial es el hueso más duro de roer, pero tenemos voces como la de Enid Goldstein en *KNRC* en Denver, Sly Sylvester en *WTDY* en Madison, y



Mitch Albom en *WJR* en Detroit. Y ahora, *Air America* está arriesgando un audaz juego al presentar 17 horas al día de radio hablada progresista a través de su floreciente red, incluyendo a presentadores en vivo como Al Franken, Janeane Garofalo, Randi Rhodes, Chuck D, y Rachel Maddow. Este recién llegado ya se encuentra en 15 ciudades, y atrae cada día a millones de nuevos radioescuchas por la red (www.airamericaradio.com).

Y luego están nuestras estaciones comunitarias. Mucha gente asume que se trata de pequeñas peor-es-nada de un vatio, pero se equivocan. Por cierto, algunas son gigantes de las ondas en ciudades importantes, como ser las cinco estaciones bandera de *Pacífica Network* Berkeley, Nueva York, Los Ángeles, Washington, DC, y Houston. *KPFK* de *Pacífica* en LA, por ejemplo, tiene 110.000 vatios, y alcanza de San Diego a Santa Bárbara y en el interior llega a San Bernardino. De la misma manera, la estación comunitaria independiente *WMNF* en Tampa es un tesoro de 70.000 vatios que llega de Sarasota, en la costa del Golfo casi hasta Orlando, en la mitad del estado.

Incluso las pequeñas emisoras comunitarias pegan fuerte. *WERU* en Blue Hill, Maine (población 700), por ejemplo, alcanza perfectamente hasta la capital estatal en Augusta y es un querido punto de encuentro para toda el área de Penobscot Bay ("We-are-you" [Nosotros somos ustedes] es como la estación pronuncia su identificación [en inglés]). Lo mismo sucede con *KAOS* en Olympia, *KBOO* en Portland, *KGNU* en Boulder, y tantas más que la gente no sólo sintoniza, sino que cuenta con ellas, confía en ellas, de una manera como nadie confiaría en *Clear Channel*, y está dispuesta a actuar sobre la base de la información que recibe.

La red

Un instrumento democrático que Jefferson, Madison, y los demás autores de nuestra Declaración de Derechos, no podrían haber imaginado, pero que estarían encantados de acoger en la actualidad, es la World Wide Web (Web o WWW). Esta arquitectura computarizada es una colección de ficheros y vínculos con otros ficheros que nos permite conectar instantáneamente nuestros pensamientos y acciones en el espacio virtual y producir resultados políticos tangibles que antes hubieran requerido meses.



Todo grupo progresistas, (hasta luditas como yo) tiene ahora sitios interactivos en la red a través de los cuales pueden compartir una mina de oro de información, forjar coaliciones, realizar "reuniones" y movilizar acciones de masas (del ámbito local al global).

El crecimiento de la red es explosivo - ¡68.000 mil millones de correos electrónicos por día, por ejemplo, y 10 millones de blogs de todo el mundo, desde el vecino de al lado a gente famosa y hasta yo mismo! *MoveOn.org*, *TrueMajority.org*, y la campaña de *Howard Dean* han mostrado el potencial fenomenal de la red, no sólo para reunir fondos y bombardear al Congreso con opiniones de los ciudadanos, sino especialmente para organizar a la gente para la acción (un adelanto importantísimo del que oirás más en el futuro a medida que la transmisión de noticias en sí se convierta en un programa activo en la red que nos relacione a todos los que participamos en una verdadera acción cívica de base).

La red nos proporciona los recursos para evitar los medios corporativos, creando a bajo coste nuestra propia red, descentralizada, de noticias que, digamos, *The New York Times* considera que no forman parte de "Todas las noticias apropiadas para ser publicadas".

Además de cientos de sitios noticiosos especializados, existen los "agrupadores" que equivalen a servicios noticiosos de contenido progresista - organismos creíbles como *Alternet.org*, *TomPaine.com*, *Buzzflash.com*, y *CommonDreams.org*

Algunos crean sus propios periódicos virtuales. Vean *iBrattleboro.com*. Durante más de un año, este sitio en la red de Vermont deja que los lectores sean los reporteros sobre lo que sucede realmente en la ciudad. Cualquiera puede contribuir, y cualquiera puede comentar sobre las contribuciones. En una ciudad de 12.000, las páginas virtuales de *iBrattleboro* tienen 260.000 visitantes por año.



Alternativas en abundancia

Si te deprime leer la prensa diaria, recupérate yendo más allá de tu periódico "La Sandez Diaria" a otros con agallas como *The Nation*, *Mother Jones*, *The Progressive*, *In These Times*, *American Prospect*, *Ms.*, *Harper's*, y *The Progressive Populist*. *Utne* también reúne artículos todos los meses de más de 2.000 fuentes mediáticas alternativas. Y dos grupos: la *Independent Press Association* (indypress.org) y el *Alternative Press Center* (altpress.org), te dan acceso a revistas, boletines y magazines que cubren todos los temas políticos y culturales imaginables.

Tu propia ciudad tiene probablemente uno o más periódicos semanarios independientes que ofrecen una cobertura detallada de temas y eventos progresistas que los diarios monopolistas dejan de lado o evitan. La Asociación de Semanarios Alternativos (aan.org) te conecta con 120 de estas voces locales que, colectivamente, alcanzan a 17 millones de lectores por semana. Incluso la televisión, el miembro más débil entre los medios democráticos, levanta un poco la cabeza. *Now* de PBS con Bill Moyers ha sido una ráfaga de aire fresco (aunque su futuro es inseguro ahora después de que este último ha anunciado su retiro), y *C-SPAN* continúa suministrando un gran servicio público al disparar simplemente sus cámaras permitiendo que veamos eventos sin textos o editoriales. Y puedes olvidarte de las noticias de las cadenas e ir directamente a *The Daily Show* para ver sus irreverentes sátiras, que siempre dan en el blanco, transmitidas por *Comedy Central*.

En el país de la televisión son especialmente alentadores los insurgentes del aire, que incluyen a *Free Speech TV* y *WorldLink TV*, que llegan en total a 20 millones de hogares. Rebeldes de base también producen su propia televisión gracias a *Cable Access Television*, transmitida por 600 canales de acceso público, así como un batallador grupo de *Independent Media Centers* (indymedia.org) que son particularmente buenos en la emisión de secuencias en bruto de protestas y otras acciones, con sus activistas mediáticos que llevan sus videocams conectados directamente a la red al centro de los acontecimientos, y te presentan las noticias en el momento en que ocurren.

Finalmente, no olvides el poder de las redes cara a cara. En cualquier día dado, miles de personas son reunidas en grupos de diferentes tamaños para escuchar, aprender, discutir, interactuar, planear estrategias y organizar. Estos foros incluyen a las 2.200 librerías independientes, que no son sólo vende-libros, sino sitios de reunión de la comunidad y tableros de anuncios informales (abre booksense.com para encontrar librerías cercanas a tu casa). Bibliotecas públicas, series de oradores progresistas, almuerzos sorpresa, cafés de conversación y festivales progresistas



(Greenfest, Bioneers, Rolling Thunder, etc.) también forman parte de esta vibrante divulgación que ocurre a diario prácticamente en toda ciudad o vecindario.

Hace años, mi mamá me enseñó que dos errores no producen un acierto - pero pronto me di cuenta de que tres vueltas a la izquierda sí lo hacen. Debemos aplicar el mismo tipo de sabiduría callejera si queremos encontrar un camino que evite los bloqueos mediáticos que los intereses corporativos utilizan para acallar nuestras voces.