

La invasión de los nuevos bárbaros ¿Who is who?

Francisco Tremonti

Ya desde la década de los ochenta se viene hablando de la invasión de los bárbaros, respecto al conglomerado de los medios de comunicación, una especie de sofisticados clones modernos de Atila, rey de los Hunos. Este personaje adquirió gran fama —ya desde el siglo quinto de nuestra era— por ser un buen estratega, despiadado, muy habilidoso y excelente negociador. Uno de los grandes objetivos de sus correrías de desolación, desde el Danubio hasta el mar Caspio y hacia occidente, fue el de adquirir territorios y vasallos, negociando tratados de paz cada vez más leoninos. Nada más parecido a los modernos tiburones de los medios, que conquistan con arrojo empresas de comunicación, pequeñas y grandes, sin escrúpulos, fusionándose con otros grupos, arriesgándose económicamente, formando conglomerados,¹ que esconden influencia y poder, ya que tienen en sus manos la formación y manipulación de la opinión pública. Para estos empresarios, las fronteras nacionales no significan gran cosa, dentro de la “aldea global” que constituye hoy día nuestro mundo. Su hobby es también la negociación.

Uno de los factores que contribuyó y dejó campo libre a los osados empresarios de la comunicación fue la liberalización, seguida de una desregularización progresiva de los países a nivel mundial, política y

económicamente, sobre todo, del primer mundo. Comenzando por Estados Unidos, uno de los países más desregularizados actualmente, América del Norte y Europa, se procedió a la privatización de los monopolios estatales y a la supresión de muchas de las normas nacionales que entorpecían la entrada de inversiones extranjeras dentro del campo de la comunicación. Por supuesto, la cultura autóctona cedió paso, en Europa, por ejemplo, a la cultura comunitaria, con la consiguiente pérdida de valores nacionales. Eso no importó a nadie.

La nueva situación produjo la formación natural de conglomerados. Las transnacionales de la comunicación se movieron rápidamente, a través de silenciosas fusiones y compras, formando ramificaciones de propiedad sobre naciones y hasta continentes. Siguiendo una política de integración vertical, se crearon, ya desde la década de los ochenta, compañías y empresas, áreas completas, especializadas en producción, distribución y difusión de sus productos, engulliendo a empresas más pequeñas que no podían competir en la nueva configuración del mercado audiovisual.² Es curioso notar que todos los grandes emporios comunicacionales comenzaron su incursión en los medios a través de la prensa escrita. Time, Murdoch, Maxwell, Betelsmann, etc, radican su origen en la producción de periódicos y

revistas, editoriales, libros, que les dieron la plataforma necesaria para incursionar en otras áreas.

La fuerza motriz de todo ello es clara. Estos conglomerados, circuitos corporativos cerrados, representan sumas asombrosas de dinero e inversión. En 1979, la fusión de más envergadura de los medios de comunicación fue la que logró la cadena de periódicos Gannet, con su compra de una compañía cartelera y de televisión, por 362 millones de dólares. A finales de 1988, Rupert Murdoch le compró TV-Guide y otras revistas a Triangle Publications, de Walter Annenberg, por tres mil millones de dólares. Apenas siete meses después, se fusionaron Time Inc. y Warner Communications Inc, creando así la corporación de medios de comunicación más grande del mundo, con activos valorados en más de dieciocho mil millones de dólares. Esta cifra es superior a los productos nacionales brutos combinados de Jordania, Bolivia, Nicaragua, Laos, Albania, Liberia y Mali. El 9 de Abril de 1989, Gulf & Western (Simon & Shuster Books y Paramount Pictures) anunciaron que se concentrarían exclusivamente en sus empresas de comunicación, vendiendo todo lo demás, de cuya operación surgió la Paramount Communications Inc.³

El oligopolio mundial de los medios de comunicación no es visible a los ojos del consumidor ordinario.

En muchas librerías y quioscos se puede observar un vistoso despliegue de libros, periódicos y revistas. Los canales de la televisión pagada siguen multiplicándose, así como las películas y programas en videocasette y las grabaciones musicales en una multitud de lenguas diferentes. Si este caleidoscopio multicolor desapareciera de repente y fuera reemplazado por las firmas corporativas que generan toda esta producción, el collage sería más bien gris, con los nombres de las pocas transnacionales que ahora dominan este mercado.

Suelen decir que la fuerza económica dirige a la política y los primeros en este campo son los grupos económicos de presión. Estos "señores" de la villa mundial tienen su propia agenda política y su propios medios de ponerla en práctica. Todos, por sistema, ofrecen resistencia a todos los cambios económicos que no favorezcan sus propios intereses financieros. Juntos, ejercen una fuerza que vuelve homogéneas las ideas, la cultura y el comercio, manipulando, imponiendo, afectando a las poblaciones de muchos países más que cualquier otra cosa.

TIME WARNER: LA EXPANSION TRADICIONAL

Si vamos a echar una mirada general al esquema de propiedad de los medios nos encontramos enseguida con cinco grandes grupos, a nivel mundial, que liderizan este sector por su volumen y capacidad.⁴

La primera de todas es TIME WARNER Inc. Esta compañía, resultado de la fusión antes mencionada, tiene subsidiarias en Australia, Asia, Europa y América Latina. Insiste, modestamente, en ser "el principal vendedor directo de información y entretenimiento en el mundo entero". También es una de las editoras de revistas con mayor circulación en los Estados Unidos, con una acertada combinación de semanarios y revistas, tales como Time, Life, Sports Illustrated, Fortune, People y otros magazines. Se estima que el número de sus lectores en el mundo alcanza la cifra de 120 millones.



Por supuesto, la nueva corporación es una de las mayores compañías involucradas en el negocio de libros a nivel mundial, desde su parte editorial hasta su distribución. Dirige también la segunda compañía de grabaciones en el mundo, así como la segunda cadena más grande de Televisión por Cable, con un volumen de unos veintitrés millones de suscriptores. Una de sus subsidiarias, HBO-OLE, películas durante las 24 horas del día, acaba de firmar un acuerdo con SONY y la venezolana OMNIVISION,⁵ para emitir desde Venezuela dos nuevos canales de películas y videos para toda América Latina. No hay que olvidar que SONY es también propietaria de la CBS Records y que Time Warner posee la Warner Brothers, con lo que están aseguradas la producción, filmotecas y distribución de sus productos. La Time Warner Inc., como empresa, tiene unos 35.460 empleados, contando con miles de accionistas para su conformación financiera y social.

BERTELSMANN: MAS ALLA DE EUROPA

El segundo en importancia es BERTELSMANN AG. Aunque este grupo, conformado en Alemania, pertenece a la zona Europea (ver artículo específico en este mismo número), vamos a delinear simplemente sus características principales. Fundado a mediados del siglo pasado, pertenece en la actualidad a Reinhard Mohn, personaje poco conocido, a pesar de la magnitud de sus operaciones. La especialidad de Bertelsmann son los clubes y las publicaciones de libros. En los Estados Unidos es propietario de Doubleday, Batam Books, Dell y del Club de Lectores "Literary Guild". Su subsidiaria Gruner & Jahr publica unas cuarenta revistas. También es propietario de la RCA y de Grabaciones Arista.

Habiendo llegado ya al límite mercado que le estaba permitido en los medios de impresión alemanes, dadas las normas estrictas de la Federal Cartel Office de ese país, la firma se ha dedicado actualmente a la realización de adquisiciones alre-

dedor del mundo. El poder de Bertelsmann se extiende a quince países en cuatro continentes.

NEWS CORPORATION LTD. DESDE AUSTRALIA

Es lógico que tratemos aparte a uno de los invasores bárbaros, más intrépido y compulsivo de las últimas décadas: RUPERT MURDOCH. De origen australiano, fue allí donde comenzó su imperio editorial, con varias cadenas de periódicos y revistas.⁶ Paralelamente, consigue apoderarse de varias estaciones de Televisión por Cable en su país natal. Pero no se podía detener en un solo continente. En 1969 compró The Sun (Londres), cuya circulación aumentó en pocos años de 650.000 ejemplares a 4 millones. En 1973 se apoderó de dos diarios norteamericanos en problemas y los fundió bajo el nombre de San Antonio Express News. En 1976 le tocó el turno al New York Post, que comprado por \$30 millones fue vendido el mismo año por \$37 Mill. Otras tres publicaciones: The New York Magazine, The Village voice and New West, fueron a parar a sus manos en 1977. Toda la operación no subió de los \$17 MLL. Sin embargo, vendió el New West, 1980, por \$3.5 MLL y The Village voice por \$55 MLL, en 1985.

Suelen decir que muchos de los gerentes de las compañías que contemplan las acrobacias económicas y financieras de Murdoch se rompen la cabeza tratando de imaginar cómo dichos negocios pueden salir adelante y triunfar. No saben cómo, pero el hecho es que Murdoch lo realiza. Y la diferencia, dicen, estriba en que Murdoch es un "tycoon" y los tycoons hacen que la bola rebote de la manera que ellos quieren que rebote. Se pone la diferencia en que un ejecutivo ordinario de una empresa, si se quiere, importante, hace su trabajo, tiene cierto grado de influencia y al terminar el día se va a su casa hasta el día siguiente. Pensemos en los tycoons como los acróbatas del comercio. La tentación de realizar una negociación es directamente propor-

cional a la dificultad de la acrobacia. Cuanto parece más difícil, mayor es el ansia por conseguirlo. Así es Murdoch, su hobby es la negociación, cuanto más difícil ... mejor.

Una de sus más espectaculares acrobacias fue la compra de la cadena Herald & Weekly Times Ltd, en Australia, 1987. Las agencias de noticias de la época nos reportan que, a pesar de las cifras astronómicas, la batalla fue durísima. Nadie en el país quería que el magnate se apoderara de un grupo que le permitiría prácticamente controlar los medios del país.

El día anterior a esta información, la Editorial John Fairfax Publishing reabrió la guerra por el control del grupo HWT, que controla, a su vez, numerosos periódicos y revistas del país. John Fairfax presentó una oferta para adquirir el grupo y adelantó la suma de 10 mil millones de dólares, superando los 9.9 Mill que había ofrecido Murdoch. Fairfax, que controla dos cadenas de televisión y el prestigioso diario Sydney Morning Herald, emitió un comunicado en el que está dispuesto a pagar \$1.700 Mill por la compra.⁷

Previamente, nuestro "tycoon" se había sacado de encima a su otro más fuerte competidor, el magnate de la prensa australiana Robert Holmes a Court, a quien Murdoch le vendió por \$460 Mill una pequeña cadena de diarios del oeste del país y un Canal de Televisión que poseía en Melbourne. A cambio, Murdoch obtuvo el camino libre para apoderarse del grupo HWT. Toda la negociación se realizó a través de una conferencia telefónica desde New York de unos diez minutos de duración. Pero todavía sus dificultades no habían terminado.

Australiano de nacimiento, Murdoch, que ha ido construyendo el mayor imperio de prensa del mundo, con periódicos y revistas de gran éxito en Inglaterra y Estados Unidos, se hizo ciudadano norteamericano en 1986, con el fin de vigilar más directamente sus inversiones en esos territorios. Por esta razón, la ley australiana lo considera como extranjero. La reglamentación existente en



el país, referente a los medios de comunicación, especifica claramente que ningún extranjero puede poseer más del 15% de una empresa de comunicación. Sin embargo, no fue una dificultad para él.

La propuesta de la Editorial John Fairfax Publishing seguía en pie, amenazando la transacción. Sin embargo, el primer ministro australiano de la época, Bob Hawke, admitió que el Gobierno no tenía intenciones de intervenir en la batalla por la prensa. No sabemos qué es lo que pasó, pero sí sabemos que Murdoch alcanzó un sueño acariciado desde pequeño, ya que su padre, Sir Keith Murdoch, fue la cabeza visible de dicho grupo hasta su muerte, acaecida en el año 1952.

Otra de las piruetas espectaculares de Murdoch fue la compra de Triangle Publications Inc.,⁸ por \$3.000 mil, un precio que aun a sus amigos pareció exagerado y que hizo a muchos mover la cabeza con escepticismo. Según confiesa el propio magnate, hacía veinte años que venía siguiendo esta publicación, pero nunca soñó en poseerla. El 6 de Julio de 1988, John Veronis, un banquero financista que se especializa en la venta de medios de comunicación, llamó a Murdoch de parte de Walter Annenberg, el octogenario propietario de Triangle. Annenberg quería vender. Las reuniones se sucedieron y finalmente Triangle pasó a ser propiedad de Murdoch. Y con el nombre, también TV-Guide, Seventeen y Daily Racing Form, una revista de caballos, que circula diariamente en todos los hipódromos. La mayor de todas es TV-Guide, con una circulación semanal de más de 17 mil de ejemplares. Tiene la característica especial que recibe el 70% de sus ingresos de la venta al público y el resto de publicidad. Sin duda, es la publicación número 1 en su sector,

sobreponiéndose a todos los intentos de imitación y plagio. Todavía hoy, centenares de periódicos en Estados Unidos reproducen completo el contenido de TV-Guide. Con su compra, News Corporation adquiere una excelente compañía de distribución, que puede poner en los stands de los supermercados, librerías, etc, no sólo TV-Guide, sino todo el abanico de revista que produce Murdoch.

A pesar de que la prensa escrita sigue siendo la base sólida de Murdoch, esto no es obstáculo para que incursione en otras áreas de los medios. De esta manera pagó 575 Mill de dólares para adquirir la productora de películas y videos Twentieth Century Fox, 1985, y, un año más tarde, la compañía Metromedia, propietaria de una cadena de estaciones de Televisión. La unión de Fox y TV-Guide puso nerviosos a los gerentes de las otras cadenas de Televisión, ya que sospechan que pudiera haber un trato discriminatorio para la promoción de sus programas en favor de la Fox. El nombre del juego que Murdoch está intentando es la creación de la cuarta cadena de televisión más grande de los Estados Unidos, detrás de CBS, NBC y ABC. Ahora mismo ya posee en Europa un canal de televisión por satélite, que cubre todo el continente. Veremos hasta dónde nos conduce.

Su compañía, News Corporation Ltd, resumiendo, posee más de 150 compañías de medios en cuatro continentes. En los Estados Unidos es propietaria de varios diarios, más de veinte revistas, estaciones de Televisión, el estudio Twentieth Century Fox, y la editorial Harper & Row.

También es el mayor editor de libros religiosos evangélicos del país. En Inglaterra controla cinco periódicos, diversos magazines y un network de televisión vía satélite que abarca todo el continente.

En Australia mantiene más de 100 periódicos, estaciones de televisión y otros negocios colaterales. En Asia posee el South China Morning Post, localizado en Hong Kong, el diario de mayor tiraje de la colonia.

La construcción de este vasto imperio de la comunicación ha traído

do consigo fuertes deudas. Actualmente, la News Corporation Ltd tiene compromisos por más de \$4.000 Mill, a los que se añadirán unos \$1.500 Mill más, derivados de la compra de Triangle. Hay que añadir los \$150 Mill anuales que como mínimo se tendrán que pagar como intereses. Para ayudar a levantar este tremendo peso, Murdoch piensa deshacerse de algunos activos, para su criterio menos importantes. Ha comenzado por liquidar el 7% que poseía en Reuters Holdings PLC, así como también de algunos de los activos que poseía la FOX en Hollywood. De todas maneras, el magnate continuará el proceso de liquidación de algunas compañías y activos que, en su momento, fueron interesantes, pero que ahora no lo son.

Sin embargo, no todo tiene que ser ganancias. Es lo que algunos comentaristas han dado en llamar "la vuelta al prestigio". El gusta de mostrar lo grande que puede ser a través de la manifestación de un gran poder difuso y mucho caché. Es de las personas que les gustaría, y lo pretenden, poder llamar al alcalde de su ciudad como al primer ministro de Inglaterra sin pedir audiencia. Conserva el diario Boston Herald American, no porque produzca muchas ganancias, que no las da, sino porque significa prestigio. Suelen decir que la imagen que tiene de sí mismo es la de un financista a nivel mundial y un comerciante de poder.

HACHETTE SA., EL CUARTO DE LOS CINCO GRANDES

Ya que este grupo francés pertenece al área Europea y, por lo tanto, no entraría su descripción pormenorizada en este artículo, solamente vamos a delinear sus principales características operativas. Esta compañía fue adquirida por Jean-Luc Lagardere, un fabricante de armas, en 1980. Afiliada a Daniel Filipacchi, otro de los magnates de la industria editorial, poseen más de 74 revistas en 10 países, incursionando con éxito en Estados Unidos y otros países de América.

Filipacchi compró en 1988 la compañía Diamandis Communica-

tions Inc, una productora de revistas de consumo, por \$712 Mill.⁹ Esta adquisición vino varios días después de que Hachette adquiriera Grolier Inc, una productora norteamericana de libros escolares, cuyo precio osciló alrededor de los \$449 Mill. En la actualidad es propietaria de la Editorial Española Salvat, con inmensas posibilidades de distribución de sus productos en toda el área de habla hispana, España y Latinoamérica. Dentro de la esfera radioeléctrica, esperan combinar pronto la mayor cadena francesa de televisión con la Compañía Europe I, la mayor red radial en Francia.¹⁰

CAPITAL CITIES/ABC INC., LA QUINTA EN DISCORDIA

A pesar de que este grupo no ha conseguido tanto, en extensión internacional, como sus competidores mayores, es también cierto que su importancia es considerable, dentro de los medios de comunicación. ABC es uno de los networks más grandes de los Estados Unidos. Por su parte, Capital Cities posee 8 estaciones de televisión locales y más de 21 estaciones de radio, localizadas a lo largo de todo el territorio estadounidense, incluyendo transmisiones en todas las ciudades principales. Además de esto, hay que tener en cuenta que la producción de programas de la ABC se exporta a más de 90 países en todo el mundo.

Respecto a la parte editorial, Capital Cities es propietaria de una cadena de nueve diarios, incluyendo Fort Worth Star-Telegram y Kansas City Star & Time, Hollywood Studios y World Inc, el editor más grande del país de material religioso. Su editorial Fairchild Publications publica el Women's Wear Daily y otras 29 revistas de comercio y para consumidores especializados.

Hay que añadir su paquete accionario en ESPN, el canal deportivo por cable y vía satélite, 38% en el canal Arts and Entertainment y un 33% del canal Lifetime, transmitidos por cable y al exterior vía satélite.

Su principal accionista es Warren Buffet, quien es el segundo accionis-

ta más grande de la Washington Post Company. Tiene 6% de intereses en la Coca-Cola y por tanto en la Columbia Pictures, propiedad de esta última. Con ello se completa el cuadro de los más poderosos en el ámbito de la comunicación, grandes cantidades de dinero, poder, influencia política, inversiones, capacidad de maniobra, no siempre basados en la ética profesional, en una palabra, invasores.

NUEVAS AMBICIONES AL ACECHO

No nos puede extrañar a estas alturas que compañías más pequeñas o menos importantes se mantengan preparadas y al acecho para desplazar a cualquiera de los cinco grandes. Uno de ellos pudo ser Robert Maxwell. Como una pequeña contradicción, hablar de Maxwell estos días significa, más bien, asistir a la fragmentación de su imperio periodístico. Nacido en Checoslovaquia, de padres judíos, comenzó su aventura editorial en Inglaterra, después de la segunda guerra mundial.¹¹ Allí fundó la Pergamon Press, editora de revistas y libros de carácter científico. Más adelante, su estrella fue en ascenso. En los años 70 y 80 mantuvo diferentes peleas sin cuartel con Rupert Murdoch por la posesión de periódicos en el Reino Unido. Perdió algunas batallas, pero ganó otras, entre las que se incluyen la compra del Daily Mirror, una empresa que mantiene una circulación total de 10 Mill de ejemplares.

Al lado de otros varios diarios y semanarios en Inglaterra, es propietario del The European, un semanario internacional. Sus periódicos se publican en Israel, Bulgaria, Francia, Alemania, Checoslovaquia, Canadá, Brasil, España, Hungría, Mongolia, Kenya y la Unión Soviética. Una de sus últimas adquisiciones la constituyó el New York Daily News, un periódico en aprietos que, en sus buenos tiempos, tenía una circulación de más de un millón de ejemplares diarios. Después de padecer una huelga sindical de más de tres meses y continuas pérdidas en su producción, llamaron a Maxwell.

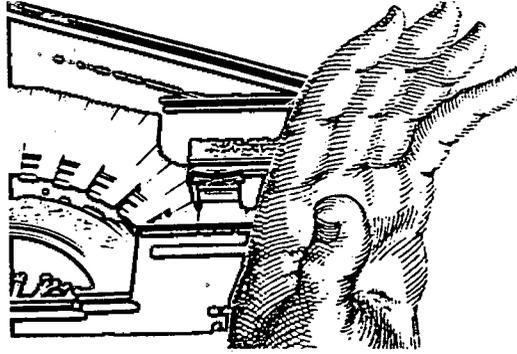
La compañía Tribune, de Chicago, su propietario, abonó a Maxwell 60 Mill de dólares para que se hiciera cargo del periódico, con la condición de que manejara a los sindicatos. Una vez finalizada esta etapa, Maxwell se hizo propietario del diario en cuestión. Este pie en los Estados Unidos levantó de nuevo una vieja rivalidad que mantenía en Inglaterra y, poco después, lanzó al mercado un nuevo semanario, Racing Times, para competir con el Racing Form, de Murdoch.

Después de su muerte, acaecida el 5 de Noviembre de 1991 en el archipiélago Canario, se destapó como una especie de caja de pandora, de donde surgió uno de los grandes escándalos financieros de los últimos tiempos. En Diciembre comenzaron los despidos de personal en The European, ya que los administradores intentaban vender el semanario, que tiene una circulación de 265 mil ejemplares.¹²

Según informaciones de prensa, el contable Richard Stone, en representación de los bancos acreedores del empresario, estableció que éste se apropió indebidamente de 1.200 Mill de dólares, pertenecientes a sus empresas públicas y privadas, para salvar de la quiebra a estas últimas. El propio Daily Mirror reportó que, a parte de las fabulosas deudas dejadas por Maxwell, han desaparecido 97 Mill de libras esterlinas del grupo Mirror y 230 Mill del grupo Maxwell Communications Corp., que tiene un déficit de 1.400 Mill de libras esterlinas. Además el magnate debía a los bancos otros 900 Mill de libras. Su propio hijo, Kevin, admitió que tienen razón los que llaman a su padre "un gran sinvergüenza". De todas maneras, descansen en paz.

TED TURNER, UN EMPRESARIO EN CRECIMIENTO

Comenzó con una estación local de TV por cable en Atlanta, Georgia, Estados Unidos, allá por los años 80. Su compañía CNN, (Cable News Network) es famosa en todo el mundo por su capacidad de transmitir



noticias las 24 horas del día. Lo que fue en su origen una estación meramente local, muy pronto se extendió a todo el país, vía satélite, y posteriormente a todo el mundo. En 1987 se estrenó lo que sería su programa insignia: The World Report.¹³ En un principio se emitió con un formato semanal de dos horas, que consistía en 30 ó 40 reportajes, de unos tres minutos de duración, hablados en inglés. Más adelante se añadió un segmento diario de 15 minutos, resumen de lo que constituía su Hora Internacional regular.

Desde hace dos o tres años, CNN está en la onda de transmitir cualquier historia o noticia, producida por cualquier organización noticiosa (quiere decir una institución que emplee periodistas profesionales), de cualquier parte del mundo, sin censura editorial, con tal de que su material se mantengan dentro de las leyes norteamericanas contra el libelo y la calumnia y, por supuesto, se sujeten a lo que podríamos llamar las reglas del buen gusto. Los productores cargan con todos los gastos de producción y envío a CNN. No reciben ningún pago estipulado en dinero, sino una copia del programa en el que aparece su material y el derecho a reproducir cualquier parte del mismo. Desde 1991, más de 150 organizaciones diferentes, de 120 países, han contribuido con material para el World Report.

Se especula sobre el por qué tantas pequeñas organizaciones envían su material a CNN, sobre todo, del tercer mundo. Se afirma que una de las principales razones es el deseo de tener acceso a un medio de comunicación tan poderoso como The World Report, así como la oportunidad de alcanzar a las comunidades migratorias de sus respectivos países, residentes en Estados Unidos.

Uno de los objetivos de esta política de CNN puede ser el hecho de

que con esta "apertura" se crean lazos de buena voluntad, aun en aquellos países supuestamente hostiles a Estados Unidos. Un ejemplo típico de ello lo constituye la Guerra del Golfo: CNN fue la única organización noticiosa occidental en tener acceso y transmitir desde Bagdad. La Televisión Iraquí fue una de las primeras en tener contacto y enviar material a CNN. Sin embargo, no podemos caer en la trampa-jaula de creer que The World Report trata de crear un mundo más seguro para el pluralismo, como sostiene la supuesta filosofía de Ted Turner, y un mercado de ideas abierto, donde se pueden expresar e intercambiar diferentes puntos de vista, todo para el beneficio de la humanidad. La realidad nos muestra que siempre se trata de llenar intereses políticos y económicos bien determinados, donde Africa y Latinoamérica siempre son los perdedores, desde el punto de vista noticioso.

No nos olvidemos que, si bien The World Report y CNN son importantes, el negocio real de Ted Turner es la televisión por cable y satélite. Actualmente es propietario de varias cadenas locales de televisión por cable y está negociando la compra de varias más. Es también propietario de los famosos MGM Studios, con lo que se apoya su programación por cable. Su fortuna, al menos en el papel, se calcula en más de 2.000 Mill de dólares.

LO QUE NOS ESPERA POR DELANTE

La digitalización y el matrimonio entre la televisión y la informática están dando origen a la televisión interactiva y a la tecnología multimedia. Esto ha sido posible gracias al desarrollo simultáneo de algoritmos complejos, el lenguaje orientado a objetos, los procesos paralelos y las máquinas procesadoras multitarea, junto con estaciones de usuario para el tratamiento de gráficos.¹⁴

La comunicación se hace Interactiva (capacidad de establecer conexiones en doble sentido) y Multimedia (integra voz y sonido, datos, escritura e imágenes fijas y en mo-

vimiento) en una doble escala. La "realidad hipermedia" puede producir un acercamiento a situaciones casi reales, pero no existentes, a base de operar la interactividad entre documentos multimedia. A la interacción con determinados programas gráficos, usando unos lentes y guantes especiales, se le ha llamado la "realidad virtual", muy de moda en Estados Unidos, que constituye, según los expertos, la mayor droga dura que se incrusta en el cerebro y en todo el organismo a través de la imagen.

Ante el reto de las nuevas tecnologías, llamémoslo por sentido de supervivencia en esta selva o por simple voracidad, las compañías más grandes están creando vínculos y fusiones entre sí, con la finalidad de unir recursos y tecnología para desarrollar, a su vez, a corto plazo, las tecnologías interactiva y multimedia, ya sea en redes o estaciones individuales. De esta manera, vemos como compañías como Disney, Fujitsu, IBM, Time Warner, Sony, MCA, Paramount, Philips, TCI, 20th Century Fox, Turner y Viacom, han anunciado diversos proyectos en este sentido. Una de las alianzas en gran escala la constituyeron Microsoft, TCI y Time Warner, que desarrollarán la televisión interactiva en los domicilios, en base a redes gigantes por cable. De esta manera, podrá elegir su película favorita, comprar en el supermercado, revisar sus estados financieros en el Banco o reservar un pasaje de avión, todo desde una pequeña pantalla.

TCI & BELL ATLANTIC

John C. Malone y Raymond W. Smith pasarán a la historia de los grandes logros al anunciar hace unos meses que sus dos empresas se fusionarán, en una operación en la que están involucrados unos 22.000 Mill de dólares. Malone, presidente ejecutivo de Tele Communications Inc., 15 un hombre considerado como un visionario con corazón, introvertido y celoso de su privacidad, dentro de su oficina, es tenido fuera de ella como obtuso, oportunista, insensible y que, regularmente, golpea

el límite de las leyes y de la ética. Smith, presidente ejecutivo de la agresiva Bell Atlantic, es un personaje más conservador, que actúa exclusivamente por prioridades. Ambos se convierten de competidores a muerte en socios, por arte y gracia de las grandes finanzas, uniendo en un proyecto común dos enemigos del pasado, el cable y el teléfono.

Este proyecto no es otro que el tan sabido desarrollo de la tecnología interactiva. Se va en la dirección de que Usted sea capaz, al llegar a casa, de tener un report de lo que ha sucedido en su hogar durante su ausencia, mensajes telefónicos, correo electrónico, etc. También podrá recuperar sus recetas preferidas, seleccionadas previamente, sin preocuparse de los ingredientes, ya que el programa envió un fax al supermercado y éste los hizo llegar a su casa, con cargo a su tarjeta de crédito, por supuesto. Con un toque de botón podrá elegir sus películas y programas favoritos, así como un sin número de otras funciones, como jugar ajedrez con su primo a tres mil kilómetros de distancia.

Uno de los grandes problemas que se prevén para esta megacompañía son precisamente las regulaciones estatales al respecto, ya que planea ocupar por lo menos el 40% de los canales de cable que llegan a los hogares norteamericanos. Se trata, en el fondo, de una apuesta multimillonaria a que las regulaciones actuales, que no permiten salir de su área de influencia inicial, se desplomarán y significa también apostar a que los usuarios pagarán cada vez más por sus servicios, a pesar de sus dificultades económicas. ¿Ganarán?. Nadie lo sabe, pero ambos son expertos en la lucha contra las regulaciones estatales, por lo que el contrato de fusión, complejo y elaborado, prevé algunos métodos, como la creación de empresas adicionales, para obviar esta dificultad.

VIACOM & PARAMOUNT COMMUNICATIONS INC.

La empresa de televisión por cable Viacom anunció finalmente que

había ganado la multimillonaria competencia para comprar la firma de películas y publicidad Paramount Communications Inc.¹⁶ La oferta asciende al pago de 10.000 Mill de dólares en efectivo, con un valor por acción de US\$107. Aunque su oferta de compra era menor a la presentada por la cadena de telecompra QVC Network, fue aceptada por cancelar un mayor monto al contado. Para poder obtener el control de Paramount, Viacom se fusionó en Enero pasado con el gigante Blockbuster Entertainment, primera compañía norteamericana de alquiler de videos, con la participación adicional de la compañía local de teléfonos Nynex.

El nombre del juego es de nuevo el prepararse para la futura Televisión Interactiva, con la posibilidad de ofrecer multicanales y multiservicios, videos, películas, entretenimiento, sin olvidar la publicidad que viene con Paramount. Esto nos trae a la memoria el hecho de que el último en ser considerado es el mismo público que utilizará sus servicios. Con este género de fusiones se sustraen posibilidades de opción a los televidentes, sin tratar el tema de qué va a pasar con nuestras mentes, nuestra economía, nuestra cultura, en manos de unos pocos, pero grandes manipuladores de nuestra sociedad. El futuro tendrá la palabra.

NOTAS

1. F.Fires Lopes: "Teledifusao: novas invasoes barbaras?". Broteria, Vol. 1, 25, 1987.
2. Ibid.
3. Ben H. Bagdikian: The Nations. New York, 1992.
4. Ibid
5. El diario de Caracas, 9 de Febrero, 1994
6. IPS. ea6056. R var.
7. Ibid.
8. Newsweek, 22 Agosto, 1988.
9. Newsweek, 25 Abril, 1988
10. Ver el artículo de Ben H. Bagdikian.
11. El Nacional, 8 de Noviembre, 1991.
12. El Diario de Caracas, 13 de Diciembre, 1991
13. Don M. Fluomoy: "CNN World Report: Ted Turner's International News Coup." John Libbey and Co. London, 1992. Monograph series n°9.
14. El Nacional, 10 de Enero, 1994.
15. El Diario de Caracas, 17 de Diciembre, 1993.
16. El Diario de Caracas, 16 de Febrero, 1994.