



www.nodo50.org  
contrainformación en red ★

Publicado en Nodo50. Contrainformación en la Red  
<http://info.nodo50.org>

- Noticias - Noticias Destacadas -

# "Paraperiodistas" y otros animales: Nuevo episodio de guerra mediática contra Venezuela



Fecha de publicación:  
Sábado 6 de febrero de 2016

**Los paraperiodistas, sus jefes, los políticos y tertulianos que financian, promueven y consienten que esta especie depreda nuestro entorno comunicacional son responsables de la devastación de nuestras mentes, de la tergiversación y la manipulación que trata de torcer la voluntad de los pueblos y si no lo consigue prepara el terreno para la intervención armada o los golpes de Estado.**

La información ya no existe, ha sido sustituida por la propaganda. Tampoco quedan ya periodistas, han sido depredados por los paraperiodistas. Sobran los ejemplos pero no los análisis que nos ayuden a entender cómo operan y cuáles son los objetivos de unas prácticas que han degradado el ecosistema mediático hasta hacerlo desaparecer.

Si paramilitar dicese de aquella persona afiliada a una organización civil dotada de estructura o disciplina militar[1] podemos decir de los paraperiodistas que son aquellos periodistas afiliados a medios masivos que siguen una disciplina militar arrojando bombas informativas sobre los objetivos definidos por sus empresas. En el caso que nos sirve de ejemplo el objetivo es Venezuela, concretamente el proceso bolivariano y de paso intervenir en la configuración del próximo gobierno del Reino de España. Los paraperiodistas como hace tiempo los cangrejos de río estadounidenses (más voraces, más grandes e insustanciales) que invadieron los ríos españoles hasta exterminar los autóctonos, así, esta nueva especie periodística cuyos empleadores tienen vínculos con corporaciones estadounidenses nadan por nuestros televisores alimentando los miedos y prejuicios de la opinión pública al servicio de sus amos.

La televisión es el medio donde con mayor frecuencia opera este gran depredador, tal vez porque, como muestra la Encuesta General de Medios (2015), la televisión cuenta con el 88,3% de la audiencia, superando a gran distancia al resto. Es en la televisión donde el paraperiodista se muestra más eficaz y mortífero pues las características de la televisión la convierten en un medio ideal para atacar las emociones, manejar los estereotipos, reforzar los prejuicios y opiniones preestablecidas, y bloquear la reflexión.

La noticia-bomba que emitió el canal Antena 3, el viernes 22 de enero, tenía el siguiente titular: "Las imágenes que demuestran la relación de la CUP, Podemos y el entorno de ETA con el régimen de Nicolás Maduro" y continuaba "Antena 3 Noticias consigue en exclusiva imágenes que demuestran la relación de los independentistas catalanes de la CUP, Podemos y el entorno de ETA con el régimen de Nicolás Maduro en Venezuela. Representantes de estos tres colectivos viajaron a Venezuela en un avión militar que suele utilizar habitualmente el propio presidente venezolano."

Este tipo de ataques siempre aparecen con el cartel de "exclusiva", esto permite atraer mejor la atención del espectador al que se le está indicando que no podrá encontrar lo que va a ver en otros medios. Después aparecerán en días consecutivos más "revelaciones", es necesario mantener durante el mayor tiempo posible la expectación sobre algo nuevo que va a saberse. Se hablará de "los 13 de Maduro"[2], y junto con pequeñas dosis de imágenes borrosas, afirmaciones inconexas y opiniones camufladas de noticia se irá reduciendo el discurso a sólo tres términos que son los que interesa fijar en el espectador: Venezuela, La CUP, Podemos y ETA.

La "noticia", o mejor dicho, la consigna que ha de fijarse se replicará en distintos medios, para crear una "corriente", es decir, una campaña. En un principio como se trata de conglomerados mediáticos

(conjunto de empresas de medios) serán las filiales de Antena 3 como Onda Cero, Antena 3 internacional, la Sexta, y después otros medios a quienes les interesa sumarse a la ola por razones ideológicas pero en general porque comparten los mismos intereses, en este caso atacar a Venezuela y orientar convenientemente los pactos políticos de la nueva legislatura.

El aire de misterio que se consigue con pequeñas dosis secuenciadas y usando los términos "exclusiva" y "revelaciones" no solo mantiene la atención sino que refuerza el imaginario de algo ilegal, prohibido, condenable. El estado de ánimo logrado impide que el espectador se haga preguntas lógicas como por ejemplo, ¿cómo es posible que despegara un avión venezolano de un aeropuerto español sin conocimiento y autorización de las autoridades españolas? Y si las autoridades lo autorizaron ¿no sería porque era perfectamente legal y público? Si en el avión iba una persona vinculada a ETA o simplemente al terrorismo ¿por qué se permitió que tomara dicho avión, más aun sabiendo que todos los españoles que salen del país tanto de aeropuertos privados como públicos tienen que pasar por controles de pasaporte? Y si iba una dirigente de Podemos y otra de la CUP en un pasaje de 32 personas ¿qué filiación política tenían el resto y por qué es importante la de estas dos personas y no la del resto? ¿qué pasa con el resto de las personas de nacionalidad española que viajaban en ese avión? ¿Suponiendo que ambas dirigentes asistieran a un acto sobre ETA, se trataba de un acto ilegal? ¿También es ilegal asistir a un acto sobre el fundamentalismo islámico? ¿Si la cadena de televisión considera que se violó la ley o asistir a un acto sobre el independentismo le convierte a uno automáticamente en terrorista ¿por qué no lo denuncia a las autoridades españolas o a la justicia?

¿Las imágenes por sí solas pueden demostrar que hay acuerdos o vínculos entre las personas? ¿Por qué yo misma, una profesora universitaria, aparezco en el informativo acompañada de imágenes de años anteriores, unas de marzo del 2014 tomadas de un homenaje a Chávez en el que Pablo Iglesias era el presentador y presentó a decenas de personas y otras de una conferencia del 2012 cuando ni siquiera se había creado Podemos? Es más ¿por qué se me vincula a Podemos cuando desde su fundación he sostenido una posición muy crítica con esta formación política[3]? ¿tal vez porque suelo desvelar a menudo la guerra mediática y las técnicas de manipulación empleadas[4]? ¿o porque siempre he defendido la legitimidad del gobierno bolivariano y la no ingerencia del gobierno español[5]?

La propaganda de guerra siempre actúa sobre terreno previamente bombardeado. En este caso ya hay una matriz de opinión conformada por todos los medios generalistas españoles para acabar con el proceso de transformación revolucionaria emprendida por el presidente H. Chávez. La matriz se ha construido sobre dos coordenadas: identificar el gobierno bolivariano como dictadura y la represión de la oposición. Poco importa si en Venezuela ha habido más de 20 procesos electorales avalados por organismos internacionales, por diputados españoles de izquierdas y de derechas, o que la oposición haya ganado las últimas elecciones y sea mayoría en el Congreso venezolano. Para los espectadores habituados a informarse por la televisión es como si no existieran estas elecciones. Lo mismo ocurre con el tema de la represión política, poco importa que los políticos detenidos y condenados como el caso de Leopoldo López o Antonio Ledezma, lo hayan sido por delitos graves de conspiración y planes terroristas que en nuestro propio país hubieran tenido condenas aún más largas. Por otro lado, para un espectador español y para los partidos conservadores, el terrorismo de ETA ha dado mucho juego para apoyar o condenar opciones políticas, para anclar a la parte más volátil de su electorado, y se ha convertido ya en una etiqueta de señalización de un gobierno enemigo. Las siglas ETA, en el caso de estaparanoticia, están vaciadas de contenido y su única función es descalificar.

La noticia que analizamos se construye sobre estos ejes preestablecidos. Su objetivo fundamental es alimentar nuevamente la animadversión del espectador hacia el gobierno bolivariano y de paso deteriorar la imagen de Podemos y la CUP, justo en un momento en el que los mercados de la deuda y los círculos de empresarios piden a voces un gobierno estable que garantice la continuidad del espolio. Cualquiera de los escenarios que se materialice estará ya precondicionado. Si se trata de un pacto PSOE-Podemos-nacionalismos, con esta campaña se obligará a que estén continuamente dando muestras de su moderación y sus responsabilidades de Estado. Si el pacto es PP-PSOE-Ciudadanos, el electorado habrá ya "entendido" que es la opción más razonable para la estabilidad. Si se repiten las elecciones se podrá seguir asustando a la opinión pública con campañas de desgaste que moderen y limiten las opciones de cambio y decanten el electorado hacia opciones de gobierno viables (desde el punto de vista de los intereses empresariales). Desde luego, estos bombardeos paraperiodísticos no tiene que ver con que Podemos o la CUP sean opciones de izquierdas, que no lo son, ni siquiera transformadoras de lo sustancial. Los medios de los paraperiodistas también son sujetos políticos y dependiendo de su accionariado les gustan más unas u otras opciones. El paraperiodista, como el paramilitar, actúa en defensa de quien le paga y sus valores son los de la empresa. En aquello que es política de Estado (empresa) no hay diferencias ideológicas que valgan, los medios no compiten entre sí, se ponen de acuerdo. Las contradicciones que alguien puede ver entre los programas de La Sexta o los de Antena 3 son fruto de reparto de audiencias, se trata de cubrir todos los frentes posibles y para eso el formato cambia dando una apariencia más juvenil, moderna o progresista.

Vayamos a quien paga, o desde qué avión se lanzan los misiles porque ello ayuda a entender la composición concreta del misil. En este caso se trata de Antena 3 televisión perteneciente al grupo Atresmedia Corporación presidido por José Creuheras, anteriormente por José Manuel Lara Bosch (2003-2015) y anteriormente por Javier Godó (1989-1992). La empresa madre de Atresmedia es Atresmedia Televisión que fue quien en 1989 obtuvo una de las tres licencias para televisión privada en España. (Dejo al lector curioso que investigue sobre estos personajes, sus conexiones con el capital financiero, productivo y figuras de relieve político [6]).

El origen de Antena 3 televisión que da lugar luego a la Corporación (conjunto de empresas de medios bajo el nombre de Atresmedia) está en la radio Antena 3 S.A. (1982-89) en la que el capital mayoritario era de la empresa editorial La Vanguardia (52%) y ABC-Prensa española (13%) la agencia Europa Press y el Grupo Zeta. Ya en 1989, como radio, fue la primera sociedad anónima en el ámbito de la comunicación que entró a cotizar en bolsa[7] y entre 1992 y 1997 Antena 3 se vinculó al grupo PRISA que como sabemos, gracias al gobierno de Felipe González y sus vínculos con el PSOE se expandió por América Latina.

A partir de 1997 otra gran empresa, con intereses y negocios en toda América Latina, Telefónica, pasa a ser el accionista mayoritario de la sociedad Antena 3 (49%) y el Banco Santander (29%) también en expansión en América Latina se hace con un importante número de acciones[8]. A partir del 2003 el grupo mayoritario será el Grupo Planeta y en 2012 se fusionará con GIA La Sexta.

Como vemos, las Corporaciones mediáticas tienen una ideología común que es quien determina su intervención en la política nacional e internacional: el negocio. Cuando el capital está en juego las empresas no compiten entre sí, pactan. Sus intereses se defienden incidiendo en la opinión pública que es quien, en los sistemas representativos, inclina la balanza a favor de un gobierno u otro que defenderá mejor o peor los beneficios económicos de sus aliados. En el caso de Atresmedia Corporación las empresas y personas (empresarios y paraperiodistas) que han marcado sus líneas editoriales en distintos momentos históricos han tenido de una u otra forma intereses, es decir,

negocios en América Latina y por consiguiente un gobierno como el venezolano dispuesto a gobernar siguiendo criterios distintos al máximo beneficio para las élites, necesariamente se ha convertido en un enemigo a batir.

En el caso de Antena 3 y Atresmedia y su campaña contra Venezuela existe además una conexión con el gran enemigo del gobierno bolivariano que es el empresario Gustavo Cisneros que, curiosamente, obtuvo la nacionalidad española hace poco. Cisneros es el gran magnate de las comunicaciones venezolano cuyos medios de comunicación cuentan con el 60% de la audiencia venezolana[9], es el hombre más rico de Venezuela y además posee negocios en otras áreas como el sector inmobiliario. En el 2014 el gobierno de España presidido por Mariano Rajoy concedió a su esposa dueña de la fundación Phelps, principal mecenas de la Fundación Reina Sofía y propietaria de la colección de arte latinoamericano más completa del mundo, la Orden Civil de Alfonso X el Sabio.

Cisneros lleva tiempo intentando invertir en España especialmente en el mundo de la comunicación. Trató de comprar La Sexta cuando era presidente Rodríguez Zapatero aunque perdió la puja con el Grupo Zeta (con el que tenía participación accionarial en Antena 3 entre 1992-97) Su interés no sólo es tratar de adquirir alguna televisión autonómica (Telemadrid o Canal Sur) sino que quiere que los contenidos audiovisuales que produce su empresa en Estados Unidos puedan entrar en España. De hecho Venevisión (su principal empresa de comunicación) ha vendido a Telecinco y Antena 3 varias producciones. Actualmente Cisneros tiene intereses en más de 30 compañías y tiene clientes en más de 90 países. A su curriculum empresarial hay que sumar el personal que lo complementa: amigo personal del expresidente del Gobierno español Felipe González (que últimamente está muy activo en su intromisión en la política venezolana), también del expresidente estadounidense Gerge Bush, del ex secretario de Estado Henry Kissinger y del multimillonario David Rockefeller. En noviembre de 2015 el grupo de medios y comunicación Cisneros y el fondo de capital privado Velum Ventures invirtieron 2,5 millones de dólares en la empresa de origen colombiano Fluvip para consolidar su expansión en América Latina, Estados Unidos y España[10].

Todo gran empresario defiende sus intereses de modo que no es descabellado sugerir que a Cisneros le interesa mover los hilos de que dispone para orientar el próximo gobierno en España y desde luego para disparar desde el exterior contra el gobierno bolivariano.

La propiedad de los medios, sus vínculos con los bancos, con las instituciones y otras formas de capital nos ayuda a comprender los objetivos en los que se insertan las noticias que se construyen. La forma en que los medios operan y las armas que emplean nos permiten entender el cómo nos influyen.

La televisión, no sólo es el medio que monopoliza la formación de la opinión pública sobre la política, también ha adquirido el monopolio de las emociones. Las noticias ya no lo son si no pueden sensacionalizarse. La principal arma del paraperiodista es la espectacularización y dramatización. Bourdieu decía de la televisión que "escenifica en imágenes, un acontecimiento y exagera su importancia, su gravedad, así como su carácter dramático, trágico"[11] y que esto es clave para manipular las emociones. Por otro lado, aunque nos parezca que las imágenes son la base de las noticias televisivas, la realidad, como muestra la "noticia" de Antena 3 que utilizamos de modelo es que las imágenes por sí solas son incomprensibles "Hacen falta palabras extraordinarias. De hecho, paradójicamente, el mundo de la imagen está dominado por las palabras"[12]. Si vemos a una dirigente de la CUP montar en un autobús alguien nos tiene que decir de qué se trata, qué tenemos que ver. Si queremos poner en relación a Venezuela, Podemos, la CUP y ETA alguien nos tiene que

explicar y decir qué estamos viendo en unos fragmentos de imágenes, por lo general, incomprensibles. Las imágenes simplemente crean efectos de realidad, por eso se sacan imágenes de archivo, de otros hechos, se las descontextualiza y se las utiliza para contar otra cosa. En realidad se realizan montajes que se nos presentan como noticias.

Los espectadores siempre están dispuestos a creerse aquello que, o coincide con su visión del mundo, o se les presenta como un hecho incuestionable. Lo que flota en el ambiente es recogido por el paraperiodista reelaborado con retales de aquí y de allá y disparado de nuevo a la audiencia con formato noticia, es decir, con hechos, nombres, etc. De este modo las ideas preconcebidas adquieren valor de realidad. Las noticias se construyen a gusto del consumidor.

Marx decía sobre el fetichismo de la mercancía que cuando un producto se convertía en mercancía se borraban las huellas de su producción. Las condiciones sociales, el contexto y los objetivos de las noticias desaparecen engullidos por la voracidad del espectador hambriento siempre de noticias espectaculares. Lo que importa es que quede oculto el proceso de producción de la noticia y los objetivos que se persiguen.

Los periodistas suelen pensar que cuando se analizan sus prácticas y cuando se investiga sobre los objetivos y lógica de los medios se está haciendo una denuncia contra alguien, o que se les ataca. Nada más cerca de la realidad ya que cualquier investigación básica sobre los medios, al convertirlos en objetos de investigación, arroja el resultado de que los periodistas son malipuladores tanto como manipulados y que no pueden desprenderse de la responsabilidad de matar conciencias, de la misma forma que un mercenario o un soldado profesional acaba con la vida de seres humanos. Los paraperiodistas, sus jefes, los políticos y tertulianos que financian, promueven y consienten que esta especie deprede nuestro entorno comunicacional son responsables de la devastación de nuestras mentes, de la tergiversación y la manipulación que trata de torcer la voluntad de los pueblos y si no lo consigue prepara el terreno para la intervención armada o los golpes de Estado.

#### Notas

[1] Diccionario de la lengua española, <http://dle.rae.es/?w=paramilitar&origen=REDLE>

[2]

[http://www.antena3.com/videos-online/noticias/espana/dirigente-sindical-andaluz-candidata-bng-tam-bien-viajaron-avion-maduro\\_2016012200121.html](http://www.antena3.com/videos-online/noticias/espana/dirigente-sindical-andaluz-candidata-bng-tam-bien-viajaron-avion-maduro_2016012200121.html)

[3] A. Diez, Podemos y la folletinización de la Política: Pablo Gonzalez o Felipe Iglesias, en <https://lapupilainsomne.wordpress.com/2014/09/30/podemos-y-la-folletinizacion-de-la-politica-pablo-gonzalez-o-felipe-iglesias/>, y Podemos, un fenómeno mediático que pretende ser político, en <https://lapupilainsomne.wordpress.com/2014/02/10/podemos-un-fenomeno-mediatico-que-pretende-ser-politico-13/>

[4] [http://www.lahaine.org/est\\_espanol.php/angeles-diez-quot-la-funcion](http://www.lahaine.org/est_espanol.php/angeles-diez-quot-la-funcion)

[5] <http://www.rebelion.org/mostrar.php?tipo=5&id=Angeles%20Diez&inicio=0>

[6] Como ejemplo podemos apuntar el vínculo de el grupo Godó con la Generalitat de Cataluña de la que recibe importantes subvenciones y el cargo de vicepresidente de la Caixa que ostenta Javier Godó.

[7] Entre 1992 y 1997 se consolidaba la televisión, el grupo Zeta entraba en el accionariado de Antena 3 y el Grupo PRISA tomaba el control de Antena 3 Radio. Además, después de la famosa "guerra del fútbol" Antena 3 se integró en Canal Satélite Digital participada mayoritariamente por el Grupo PRISA.

[8] Antena 3 romperá el acuerdo con Canal Satélite Digital y entrará en Vía Digital, plataforma que entonces estaba apadrinada por el gobierno. A partir del 2003 el accionista principal pasa a ser el grupo Planeta y a cotizar en bolsa y en octubre de 2012 se fusiona con GIA La Sexta quedando el accionariado así: Planeta-D'Agostini (41,7%), RTL (19,2%), Autocarera (7%) La Sexta (7%) y el 25,1 % operando en bolsa, el grupo Antena 3 pasará a llamarse Atresmedia Corporación.

[9] También es propietario de Univisión, la primera cadena hispana en Estados Unidos.

[10] Esta empresa realiza campañas publicitarias desde su plataforma tecnológica usando redes sociales como Twitter, Facebook, Instagram, Youtube, Snapchat y Vine.

[11] P. Bourdieu (1997) Sobre la televisión. Anagrama

[12] Ibidem