



El caso Murdoch

## La estrategia de News Corporation

LAURA TERUEL RODRÍGUEZ

Durante los veranos de 2006 y, especialmente, de 2011 se hicieron públicas cuestionables prácticas para obtener informaciones y gestionar alianzas políticas del grupo News Corporation en Reino Unido. Ello ha suscitado un debate internacional, entre los medios y los políticos pero, también, entre la opinión pública, sobre cuál es el actual poder de la prensa y los códigos deontológicos de esta. En este artículo se estudian las estrategias expansivas desarrolladas por el magnate de la comunicación Rupert Murdoch en Reino Unido y Estados Unidos, países emblemáticos de los sistemas liberales de comunicación. No se persigue, por tanto, realizar un inventario de los medios que el empresario posee en ambos países sino analizar cómo se ha construido este modelo empresarial, característico de los modelos liberales y cuáles son las principales disfunciones que presenta.

Palabras clave: medios, poder político, corrupción, Rupert Murdoch.

During the summer of 2006 and particularly 2011, dubious practices for obtaining information became evident as well as the management of political alliances within the News Corporation group of England. This has provoked an international debate amongst the media and political spheres and also within public opinion about the current power and good practice of the press. In this article, there is a study of the expansion strategies developed by the communications magnate Rupert Murdoch in England and the United States, emblematic nations of liberal communication systems. Thus, an inventory of the media that the entrepreneur has in both countries has not been done, but rather an analysis is carried out on how this entrepreneurial model has been construed, which is characteristic of liberal models, and the main dysfunctions it presents.

Keywords: media, political power, corruption, Rupert Murdoch.



LAURA TERUEL RODRÍGUEZ es profesora de periodismo en la Universidad de Málaga (España).



ESTE 2011 SERÁ RECORDADO, en el panorama mediático internacional, como el año en el que el rentable imperio mediático de Rupert Murdoch atravesó su más honda crisis. News Corporation tuvo que rendir cuentas ante el Parlamento inglés, la justicia y la opinión pública cuando salieron a la luz las prácticas ilegales de sus medios para obtener información privada y los tratos con la policía para entorpecer la investigación. Por primera vez, la amplia red de medios del magnate no consiguió acallar la magnitud del escándalo, que se convirtió en asunto de portada en Europa y América.

Todo ello está aún *sub iudice*. Pero, en el ámbito de las Ciencias de la Comunicación, sean cuales sean la sentencia y conclusiones políticas que deriven del caso, lo sucedido obliga a una reflexión sobre los sistemas de medios liberales y su relación con el poder. Pues, sin duda, el caso inglés pero también las acciones del grupo News Corporation en Estados Unidos son un claro ejemplo de las virtudes y defectos de este modelo de medios.

Durante décadas, se ha seguido la tipología diseñada por Scharmm, Siebert y Peterson en 1956 para estudiar la relación de los sistemas políticos y mediáticos. En esta clasificación, muy influida por las conclusiones de la Comisión Hutchins tras la II Guerra Mundial, Reino Unido y Estados Unidos se adscribían al modelo del concepto liberal de la prensa. La teoría liberal otorgaba al mercado la capacidad de regular la comunicación: sin ninguna intervención por parte de los poderes públicos, se entendía que, a través de la libre concurrencia de la oferta y la demanda, se coadyuvaría al buen periodismo destinado a controlar al poder político. Los ciudadanos escogerían aquellos medios que consideraran mejores y más eficientes cumpliendo esta función y esto fomentaría el esfuerzo diario por ofrecer una mejor información para tener una mayor audiencia y rentabilidad.

Esta clasificación, tradicional en las Ciencias de la Comunicación, ha visto actualizada su vigencia pero también las críticas. Si bien los otros modelos de sistemas de medios —entre los que destaca el referente del de responsabilidad social— no se mantienen en el resto de clasificaciones, el liberal ha conservado una definición prácticamente invariable. Así, Hallin y Mancini (2003) realizaron una comparación empírica de los diferentes sistemas nacionales, que analiza las debilidades y fortalezas de cada uno de estos como soportes de la democracia y trazaron tres modelos: el polarizado pluralista, el democrático corporativo y el liberal. Este último se caracteriza por un desarrollo temprano de la libertad de prensa, una circulación masiva de esta, un alto grado de profesionalización de los periodistas pero no de partidismo político y la no intervención gubernamental salvo para regular la libre competencia e impedir monopolios.

Para Hallin y Mancini, es el mercado el que puede interferir en el trabajo de los profesionales en el modelo liberal más que el sistema político: “Journalistic autonomy is more likely to be limited by commercial pressures than by political instrumentalization, though the latter is more common in Britain” (2003: 75). Este rasgo, afirman, es más común en países como Estados Unidos, donde la intervención del Estado es menor. Así pues, se trazaba una de las características más visibles de la relación de News Corporation con el poder: en Reino Unido el grupo consiguió alianzas estables con los gobiernos de todos los signos para afianzar su estrategia expansiva.

Entre quienes han revisado este modelo de medios se encuentra James Curran (1991), que unifica y actualiza las críticas que se venían realizando a esta concepción del periodismo, si bien afirma que el cumplimiento de ese papel como cuarto poder ha sido determinante para la concepción de la prensa durante décadas en varios países, especialmente Estados

Unidos. Entre otras críticas, explica que es necesario estudiar los cambios que se han venido produciendo en la propiedad de las empresas que se adscriben a este modelo. No se puede ignorar que las investigaciones políticas que realizan los medios tienen, en la propiedad de estos, un prisma obligatorio para enfocar su línea editorial; es un factor determinante de la relación de cada medio con el Gobierno. Los medios, al formar parte de grupos empresariales que buscan la rentabilidad en sus productos y han adquirido un gran poder a través de la oligopolización, no ejercen ya la labor de perro guardián sino que persiguen ellos mismos convertirse en otros poderes sociales; buscan sus propios beneficios más que ejercer el control sobre el gobierno como acción prioritaria.

También reflexiona sobre porqué la libertad de mercado, si bien permite a los ciudadanos legitimar la acción de la prensa con su respaldo, no garantiza que el sistema liberal sea fiel a sus principios inspiradores. John Westergaard así lo recoge también:

“Quienes controlan la prensa (...) al estar ellos mismos comprometidos en el negocio son bastantes propensos a simpatizar con los intereses de la empresa privada. Pero atribuir las orientaciones sociopolíticas de la prensa, primordialmente, a las naturales inclinaciones ideológicas de quienes la controlan, significaría dejar de lado el hecho significativo de que la producción de diarios y revistas es un negocio” (1981: 120).

Estas características del sistema liberal de medios, tanto las positivas como las negativas, están presentes en la actividad expansiva desarrollada por el grupo de Rupert Murdoch en Reino Unido y Estados Unidos. Por ello, en este artículo se analiza la relación de News Corporation con los gobiernos de ambos países y se observan, con nitidez, tanto la vigencia de la definición del modelo liberal de medios como de las críticas que sobre él se vierten y que obligan a una reflexión sobre cómo se debe regular el valor social de la información frente a su creciente mercantilización.

### El imperio de Murdoch durante la etapa de Margaret Thatcher

Rupert Murdoch inició su carrera empresarial en los años cincuenta con los dos diarios que heredó de su padre — *Adelaide News* y *Brisbane Courier Mail* — en su Australia natal. A estos periódicos fue añadiendo otros y varias cadenas de televisión que le permitieron forjar un patrimonio suficiente para desembarcar en Reino Unido en 1969 con la compra de *News of the World*, un semanario londinense con una circulación aproximada de seis millones de ejemplares, y *The Sun*, que convirtió en el diario más leído en el país.

Durante la década de los setenta, la cabecera *The Sun*, de corte laborista, fue paulatinamente acercándose a los conservadores. Así, en el año 75, Margaret Thatcher se convirtió en líder de los Torys y obtuvo el respaldo de los medios de Murdoch. Su diario de cabecera proclamó el eslogan: “Vote for Maggie – to give you a better Britain”. En esta línea de declarada simpatía enmarcan los analistas el nombramiento de Larry Lamb, el editor del periódico, como Caballero.<sup>1</sup>

Durante los años ochenta, ya con el gobierno conservador de Thatcher, el grupo siguió creciendo en el país. En 1981, adquirió el control del semanario de calidad de mayor tirada, el rentable *Sunday Times*. Como ya poseía el periódico *The Sun* y el tabloide *News of the World*, se espera-



[1] En el artículo “Forty Years of *The Sun*” en BBC News se afirma que el editor Larry Lamb se basó en la fórmula “sex, sport and sensation” para ganar lectores. Además, explica que la información que difundió sobre las huelgas que azotaron al Gobierno Laborista en 1979 supusieron su reconocimiento por parte de los Torys: “It was Larry Lamb who came up with the headline ‘Winter of Discontent’ to sum up the strikes that dogged the Labour Government and on polling day in 1979 the Sun came out firmly for the Tories. Lamb was rewarded with a knighthood in the New Year Honours List.” [http://news.bbc.co.uk/1/hi/magazine/3654446.stm] (Acceso: 01-09-2011).



ba que la Comisión de Monopolios y Fusiones pudiera oponerse a esta compra. Pero la recomendación de esta comisión fue sobrepasada por el Gobierno con la teoría de que estas publicaciones desaparecerían si Murdoch no se hacía cargo de su gestión e inyectaba capital. Así, también en estas fechas se hizo con el influyente *quality paper* *The Times*; con ello, News International, filial inglesa de la multinacional News Corporation y Times Group Newspapers se hacían con las cabeceras líderes para todos los targets en el mercado inglés.

Su visible cercanía con el gobierno conservador, y el giro en este sentido que imponía a sus medios, hizo que se enfrentase, en varias ocasiones, a las reticencias unánimes de los profesionales de los nuevos periódicos que iba sumando a News International. Así sucedió en la fallida compra de *London Observer* y con la plantilla del semanal *Sunday Times*, que manifestó al empresario su deseo de que la nueva directiva no supusiera ninguna interferencia en la línea editorial. A pesar de alcanzar un acuerdo en estos términos, un año más tarde, el editor, Harold Evans, fue despedido y el periódico se convirtió también en soporte de Thatcher.

El crecimiento del entramado mediático de Murdoch y el apoyo recibido del gobierno conservador le permitieron desarrollar la operación que, sin duda, escenifica una relación de dependencia y gratitud mutua dentro del modelo liberal. En 1986 decidió construir, en el este de Londres, otras sedes para imprentas y rotativas de sus rentables medios: Fortress Wapping. Se trataba de unas nuevas instalaciones con tecnología más avanzada que precisaban una plantilla mucho más reducida. Mientras se acondicionaba la moderna sede, el empresario negoció la reestructuración laboral con los sindicatos pero este proceso quedó bloqueado por la falta de acuerdo. Dada la fortaleza sindical en el país, los trabajadores se movilizaron en varias ocasiones y protestaron activamente contra esta reducción de 6.000 puestos de trabajo.

El empresario, entonces, contó con la aquiescencia y aprobación gubernamental para conseguir que, durante todo un año de conflictos, sus cuatro cabeceras de referencia siguieran publicándose a pesar de la resistencia sindical. Se organizó todo para que los trabajadores no afiliados a los sindicatos fueran escoltados por la policía y trasladados para operar en las nuevas instalaciones, por la falta de acuerdo con los demás, aunque siguieron sucediéndose manifestaciones y revueltas de gran alcance que fueron acalladas gracias a la acción policial. En ese momento, el apoyo de Thatcher se hizo imprescindible. En palabras del crítico de medios del *New Yorker* Ken Auletta: "When mayhem threatened and thousands of angry workers paraded outside, more than a thousand police were on hand to preserve law and order. Murdoch concedes that he could not have succeeded if Labour had been in power".<sup>2</sup>

Para la prensa británica e internacional, estos hechos supusieron una quiebra definitiva en la fortaleza de los sindicatos para negociar con el gobierno<sup>3</sup> y, en el estudio del sistema anglosajón de medios, escenificaron con claridad los frutos que la cercanía empresarial y política puede dar.

El cambio de gobierno en Gran Bretaña supuso la llegada de los Laboristas al poder en 1997. La anterior alianza de Murdoch con la política de los conservadores Margaret Thatcher y John Major no supuso, sin embargo, una traba para que News International llegara a un buen entendimiento con el gobierno de Blair: "Blair backed Murdoch's efforts to create BSkyB and not join the European Monetary Union (...). Murdoch consequently

[2] Véase [<http://www.kenauletta.com/pirate.html>] (Acceso: 01-09-2011).

[3] En España, El País también se hizo eco de estos sucesos: Los analistas coinciden en que los sindicatos británicos ya no pueden derribar Gobiernos, firmada por Carlos Mendo, 04-09-1986.





supported Blair's 1997 election campaign. (...)” (Chenoweth 2001: 62). La famosa portada de *The Sun*, en marzo de ese año, no dejaba lugar a dudas.

A finales de los noventa, el imperio mediático de Murdoch se amplió significativamente con la compra del 40 por ciento BSkyB, el mayor operador de televisión privada del país. Ello hizo saltar las alarmas cuando, en 1998, el magnate ofreció una vertiginosa cifra —575 millones de libras— para comprar el conocido equipo de fútbol Manchester United. Puesto que en 1992 ya pagó 304 millones de libras por los derechos de transmisión de la Primera División inglesa, la Comisión de la Competencia del Reino Unido inició una investigación sobre el posible monopolio en el mercado del fútbol que acarrearía esta adquisición. La prensa crítica con la relación entre el gobierno de Blair y News Corporation afirmaba que, de permitir esta compra, Murdoch gozaría de un monopolio total sobre los derechos televisivos del rentable fútbol inglés. Finalmente, la Comisión de la Competencia desaconsejó la compra y esta no se produjo.

### Fox News: la estrategia en Estados Unidos

Ya desde los setenta, Murdoch empieza a adquirir publicaciones locales en Estados Unidos pero es con el lanzamiento de Fox televisión, en 1986, que comienza su verdadera escalada empresarial en el país; entonces el grupo News Corporation comienza a cotizar en la bolsa de New York. Para ello, previamente, el empresario consigue la nacionalidad estadounidense, en 1985, pues la ley de dicho país solo permite adquirir licencias de emisión a sus ciudadanos. Además, en 2007 compró el diario *The Wall Street Journal*, con lo que se hizo también con el medio escrito que lee como una biblia la clase dominante de la sociedad norteamericana.

Fox es, en realidad, un conglomerado de canales y compañías productoras que, en bastante poco tiempo, ha logrado competir en igualdad de condiciones con las tres grandes cadenas de noticias del país: CBS, ABC y NBC. Quizás el mejor ejemplo de la estrategia empresarial de Murdoch para desplazar a sus rivales lo representa el canal todo noticias Fox News, lanzado en 1996 para luchar contra la entonces omnipresente CNN. Pese a inventar el formato y mantener unos mejores estándares de calidad periodística, la cadena fundada por Ted Turner no ha dejado de retroceder en audiencia respecto a su competidora. Los informativos y los comentaristas estrella de la Fox doblan en todos los tramos horarios a los de CNN. El magnate de la comunicación ha conseguido hacer de Fox News el principal medio de la oposición del ala derecha de los republicanos estadounidenses —entre sus comentaristas están los tres posibles candidatos del partido para las próximas elecciones Sarah Palin, Newt Gingrich y Rick Santorum— y del Tea Party a la actual gestión de Barack Obama en la Casa Blanca. Este enfrenamiento es protagonista en el polarizado escenario mediático americano que, desde la segunda legislatura de George W. Bush, alcanza unas cotas significativas de crispación.

El distanciamiento de los demócratas con la cadena responde a varios motivos. La cadena atribuyó a un ataque informático a su cuenta de *Twitter* los *tuits* que durante horas informaban del asesinato de Obama en un tiroteo el día de la Independencia en Iowa y los que daban la bienvenida a Joe Biden como presidente. Se recuerdan, asimismo, otros errores de los más conocidos presentadores de la cadena como hablar de la muerte de “Obama” Bin Laden el día de la captura del terrorista. Pero, lejos de estos cuestionados errores puntuales, el enfrentamiento entre la



Casa Blanca y Fox News se basa en una política informativa del medio que ha sido denominada por muchos como “foxificación de la realidad”<sup>4</sup>. La sustitución de la información por opinión incluso en los espacios de noticias, el debate monocorde donde se insulta y se hace mofa de los políticos demócratas, la manipulación de los testimonios y la insistencia en las raíces islámicas de Barack Obama —tema especialmente sensible en Estados Unidos tras los atentados del 11S— o sus intenciones comunistas, son algunas de sus señas de identidad.

La actual relación de Fox News con el gobierno de Obama es especialmente tensa. Tanto es así que, desde 2009, el presidente no concede entrevistas al canal y ha llegado a crear un blog, en la web oficial de la Casa Blanca, para desmontar las mentiras que sobre él afirma que se vierten<sup>5</sup>. A pesar de ello, los asesores de comunicación de la Casa Blanca se han replanteado esta opción últimamente en tanto tratar a la cadena como un adversario y hacerle oposición parecía estar dándole más entidad y protagonismo político.

Hubo, sin embargo, tiempos mejores para esta relación. Durante las primarias demócratas, Obama redujo sus comparecencias a los medios de News Corporation por considerar que el trato que recibía no era adecuado. Cuando el demócrata fue proclamado candidato, por delante de Hillary Clinton, el magnate cambió su estrategia: inició un acercamiento al político con declaraciones públicas en las que le denominaba como el *rock star* de la política y confiaba en su victoria en las generales. El entorno del empresario hizo pública una reunión secreta en la que se intentó acercar posturas con el político, claro favorito a la presidencia norteamericana. Sin embargo, como afirman algunos medios como *The Guardian* o *The Telegraph*, la inamovible posición de Obama, causada por lo que afirmaba había sido una continua campaña de desprestigio hacia él y su familia por parte de los medios de News Corporation, frustró el acercamiento con Murdoch. Para estos periódicos, el presidente americano es el político que menos debe al imperio mediático y, por ello, el que está recibiendo una oposición más activa y beligerante por parte de este.

### El escándalo de *News of the World*.

En 2006 comenzaron a hacerse públicas algunas de las técnicas ilegales que se habían llevado a cabo en las redacciones de los medios de News International en Reino Unido para obtener información confidencial y controvertida. Clive Goodman, editor de la sección de realeza de *News of the World* y el investigador privado Glenn Mulclair fueron acusados de *hackear* los mensajes de voz de varios miembros de la familia real británica. Las investigaciones de la policía demostraron que desde la redacción del periódico se había accedido también a los buzones privados de futbolistas, jefes militares y miembros del Parlamento. El periodista acusado fue condenado a varios meses de prisión por ello. Su jefe, sin embargo, el editor Andy Coulson, renunció a su cargo en el diario para encontrar, al poco tiempo, un influyente trabajo: David Cameron, entonces líder de la oposición, lo fichó como director de comunicaciones.

La duda siguió planeando sobre los procedimientos a través de los cuales *News of the World* obtenía información sensible. Tanto es así que, en 2009, se intentó reabrir la investigación para destapar más casos de escuchas ilegales, aunque la iniciativa legal no prosperó hasta el año siguiente. Tras

[4] Ramón Lobo, periodista de *El País* especializado en política internacional, recoge en su blog algunos vídeos de Fox cuestionando a Obama por ser, entre otras cosas, negro, de origen musulmán o fumador. Dirige, asimismo, a un análisis de *The Economist* sobre el concepto *foxificar*. Véase [<http://blogs.elpais.com/aguas-internacionales/2011/07/la-foxificacion-de-la-realidad.html>] (Acceso: 02-09-2011).

[5] Uno de los últimos post publicados en el blog [<http://www.whitehouse.gov/blog/2009/09/30/reality-check-turning-a-point-pride-a-moment-shame>] El “Reality Check” (*Verdadómetro*) tiene su continuidad actualmente en la reputada web política [<http://www.politifact.com/truth-o-meter/statements/>]



una investigación de Scotland Yard al diario se hizo público que desde la redacción, y con el amparo de Coulson, se habían realizado más de cuatro mil escuchas a personajes de la vida política y social de Reino Unido.<sup>6</sup>

Así, en verano de 2011 fueron destapándose una serie de escuchas ilegales especialmente sensibles y comprometidas. *The Guardian* hizo público que se habían intervenido los buzones de voz de Milly Dowler, una joven que desapareció en 2002 y cuyo cadáver fue encontrado meses después, y su familia; se obstaculizó la investigación policial y se dieron falsas esperanzas a sus allegados sobre la situación de la menor. Días después se supo que también habían sido intervenidos los teléfonos de varios parientes de soldados ingleses muertos en las guerras de Irak y Afganistán y en los buzones de voz de los familiares de las víctimas de los atentados en Londres en 2005.

La presión de la opinión pública y la clase política se intensificó a medida que se iban conociendo más datos de cómo la práctica de las escuchas ilegales era recurrente en la redacción del diario. También se hizo público que algunos cargos de la policía británica habían recibido sobornos por suministrar información y entorpecer la posterior investigación contra el medio. Mientras, Murdoch ampliaba su imperio mediático y acercaba sus relaciones con el poder: recientemente se ha conocido que fue el padrino en el bautizo de la hija de Tony Blair en 2010. Las investigaciones destaparon, incuestionablemente, que Rebeca Brooks, mano derecha del empresario y entonces responsable ejecutiva de New International – antes directora de *News of the World* –, estaba al tanto de las prácticas ilegales por lo que la sospechas sobre las responsabilidades últimas de estas rutinas profesionales empezaron a apuntar más arriba.

Así, en un intento por mantener a los anunciantes, que huían de las páginas de sus medios y para que no peligrara su intento de expansión aumentando sus acciones de BSkyB, Murdoch optó por iniciar una ronda de disculpas públicas a los afectados por las escuchas y, finalmente, en julio de 2011, por cerrar el periódico. Su expansión en la empresa de televisión por cable se vio, además, frustrada cuando comenzaron las detenciones de los altos cargos del diario y Murdoch y su hijo fueron citados para declarar ante el Parlamento inglés. En su comparecencia ante la Cámara de los Comunes, Rupert Murdoch y su hijo James intentaron desvincularse de estas prácticas ilegales del tabloide que decían desconocer.

Ha sido el primer gran varapalo político y legal a las prácticas informativas de los medios de Murdoch que, hasta la fecha, había conseguido estar siempre cerca de los gobiernos, ya fueran laboristas o conservadores, en el Reino Unido. No obstante, el gobierno de David Cameron parece mostrarse ahora inflexible con estas prácticas periodísticas y ha prometido regular el mercado de las telecomunicaciones inglés y legislar para que no vuelvan a repetirse este tipo de escándalos.

## Reflexiones finales

Las relaciones de los medios de News Corporation con los gobiernos ingleses y americanos de los últimos años escenifican algunas de las principales características y disfunciones de los sistemas liberales de prensa. Todo ello demuestra que, hoy en día, no es posible intentar aplicar, sin críticas, la perspectiva liberal tradicional que define las funciones de los medios como canales ideales de comunicación entre el sistema político y la sociedad por-

[6] El reportaje en el que *The New York Times* contaba la historia de las escuchas de Coulson en *Nes of the World* [[http://www.nytimes.com/2010/09/05/magazine/05hacking-t.html?\\_r=2&hp=&pagewanted=all](http://www.nytimes.com/2010/09/05/magazine/05hacking-t.html?_r=2&hp=&pagewanted=all)] (Acceso: 08-08-2011).



que la estructura empresarial es un factor determinante en el desarrollo del periodismo:

“By implication, media conglomerates are not independent watchdogs serving the public interest but self-seeking, corporate mercenaries using their muscle to promote private interests. (...) But the truth of this research, whether explicit or implicit, is that conglomerate media are not a source of *popular* control over government but merely one means by which dominant economic forces seek to exercise informal influence over the state” (Curran 1991:87).

En Reino Unido, el Parlamento está estudiando reformas legales para regular la acción de los medios de comunicación. Considerada como necesaria por algunos y como censura por otros, esta medida intenta paliar la inexistencia de una autorregulación efectiva en los medios de News Corporation. Estados Unidos, por su parte, empieza a reflexionar sobre la actuación de este imperio comunicativo, principal artífice de la polarización mediática que vive el país en los últimos años, después de que se haya hecho público que también se está investigando si los medios de Murdoch accedieron a conversaciones privadas de los móviles de víctimas del 11S.

Las prácticas periodísticas de los medios de Rupert Murdoch obedecían a sus planes empresariales: un posicionamiento estratégico en ambos países, ya fuera junto al gobierno de turno – sin importar su signo – para obtener los mayores réditos posibles o contra él, para ganarse el favor de la poderosa oposición. Y en esta estrategia para adquirir poder y ganar rentabilidad, los medios se dejaron por el camino cualquier componente deontológico, olvidaron la función social de la información y se centraron en su rentabilidad económica.

No se debe olvidar, sin embargo, que el concepto liberal de prensa ha animado el desarrollo de un periodismo de investigación muy destacado durante décadas en países como Estados Unidos; el caso Watergate es el paradigma de esta concepción del periodismo como incansable investigador del poder. Por ello, tal vez el resultado más positivo del descubrimiento de las maniobras de Murdoch podría ser, aunque tímidamente, la reflexión sobre estos valores. La trascendencia social, en Europa y América, de estas prácticas periodísticas y empresariales reveladas recientemente ha impulsado un debate, desde la ciudadanía, los medios y la política, que pretende regenerar el valor democrático de la información y respalda la necesidad de la autorregulación del sector.

## Bibliografía

- BLUMLER, J. y GUREVITCH, M. (1975), “Towards a Comparative Framework for Political Communication Research”, en Chaffee, St. (ed.) *Political Communication: Issues and Strategies for Research*, Beverly Hills, CA, Sage.
- CHENOWETH, N. (2001), *Virtual Murdoch: Reality Wars on the Information Superhighway*, Londres, Secker & Warburg.
- Curran, J. y M. Gurevitch (1991) (eds.), *Mass Media and Society*, Londres, Edward Arnold.
- CURRAN, J. (1997), “El nuevo revisionismo en la investigación de la comunicación de masas: una nueva valoración”, *CIC*, 3: 81-106, Madrid, Servicio de Publicaciones UCM.



- CHOMSKY, N. y HERMAN, E.S. (1990), *Los guardianes de la libertad: propaganda, desinformación y consenso en los medios de comunicación de masas*, Barcelona, Editorial Crítica.
- DÍAZ NOSTY, B. (2005), *El déficit mediático. Donde España no converge con Europa*, Barcelona, Bosch.
- PRICE, L. (2010), *Where Power Lies: Prime Ministers V the Media*, Londres, Simon and Schuster.
- TIMOTEO ÁLVAREZ, J. (1987), *Historia y modelos de la comunicación en el siglo XX. El nuevo orden informativo*, Barcelona, Ariel.
- WESTERGAARD, J. (1981), "El poder, las clases y los medios" en Curran, J., Gurevitch, M. Y Woollacot, J. (coord.), (1981) *Sociedad y comunicación de masas*, México, Fondo de Cultura Económica.

