

The XXI Century: a class on media structure

Media structure is determined, essentially, by media history and the communication policies of each territory. However, media structure must be understood as a result of a network of economic and cultural interests that, in most cases, converge in a few entertainment multinationals that, in some cases, have had more power than the governments of the States where they operate.

Time Warner, Walt Disney, News Corporation and Bertelsmann are the four entertainment companies which dominate what is called the "Mass Media Oligopoly". Their most important characteristic is that they have gone through a process of vertical, horizontal and multimedia integration of their business (press, radio, television, Internet and other cultural, entertainment and sport assets). However, this company structure is not only specific of them. In national or regional markets, other companies have structured their business in this way. For this reason, nowadays, media on both shores of the Mediterranean can have similar economic interests due to belonging to these multimedia conglomerates.

Al segle XXI: una classe d'estructura de la comunicació

L'estructura de la comunicació està determinada, essencialment, per la història dels mitjans i les polítiques de comunicació de cada territori. No obstant, avui l'estructura dels mitjans de comunicació s'ha d'entendre com a resultat d'una xarxa d'interessos econòmics i culturals que, moltes vegades, convergeixen en el sí de pocs grups multinacionals del sector de l'entreteniment que, fins i tot, poden arribar a tenir més poder que els propis governs.

Time Warner, Walt Disney, News Corporation i Bertelsman són els quatre grups d'entreteniment que dominen l'anomenat "Oligopoli dels mitjans". La característica més important d'aquests grups és el seu procés d'integració vertical, horitzontal i multimèdia, amb negocis en el sector de la premsa, ràdio, televisió, Internet i altres actius, sigui culturals, d'entreteniment o esportius. Aquesta estructura del negoci, però, no és pròpia només d'aquests grans grups. En entorns nacionals i regionals, moltes empreses han estructurat el negoci d'aquesta manera. Per això, avui en dia, els mitjans de comunicació d'ambdues ribes del Mediterrani poden tenir interessos econòmics similars a causa de formar part d'un mateix grup multimèdia.