

Carta a nuestros lectores

Nº 74 Junio 2001

Director

Edgar P. Jaramillo S.

Editor

Luis Eladio Proaño

Consejo Editorial

Washington Bonilla	Nelson Dávila V.
Lolo Echeverría	Héctor Espín
Luis Espinosa	Guadalupe Fierro
Florha Proaño	Francisco Vivanco

Consejo de Administración de CIESPAL

Presidente, Víctor Hugo Olalla,
Universidad Central del Ecuador
Paulina García de Larrea,
Ministerio de Relaciones Exteriores
Gabriel Pazmiño,
Ministerio de Educación y Cultura
Juan Centurión,
Universidad de Guayaquil
Carlos María Ocampos, *OEA*
Consuelo Feraud,
Comisión Nacional de la UNESCO
Luis Espinosa, *FENAPE*
Florha Proaño, *UNP*
Washington Bonilla, *AER*

Asistente de Edición

Jorge Aguirre

Corrección de Texto

Manuel Mesa

Portada y diagramación

Mateo Paredes

Impresión

Editorial QUIPUS – CIESPAL

Chasqui es una publicación de CIESPAL

Telf.: (593-2) 506149 – 544624

Fax (593-2) 502487

e-mail: chasqui@ciespal.net

web: www.ciespal.net

Apartado 17-01-584

Quito – Ecuador

Registro M.I.T., S.P.I. 027

ISSN 13901079

CHASQUI

En este número de Chasqui presentamos como artículo de fondo el trabajo de Marco Encalada, investigador de la comunicación, sobre el tratamiento que dieron los medios de comunicación ecuatorianos al desastre ecológico registrado en las Islas Galápagos por derrame de petróleo causado por el buque-tanque Jessica.

Javier Darío Restrepo, periodista colombiano, enfrenta el difícil problema de la objetividad periodística, respondiendo a la pregunta de si ésta es una posibilidad real o una utopía.

Muchos profesionales de la comunicación están siempre interesados en conocer cuál es el estado actual de los medios, su accesibilidad y sistema de propiedad. En este número, siguiendo la serie iniciada en Chasqui 73, se proporcionan los últimos datos de una investigación que responde a estas preguntas respecto del mundo y de México.

Chasqui viajó ahora a la Europa del Este, el otrora territorio perdido tras la misteriosa "cortina de hierro" de Winston Churchill. Desde la República Checa el periodista ecuatoriano Raúl Sorrosa nos descubre el significado del "boom" de la telenovela latinoamericana en esos países.

El profesor e investigador español de la comunicación Angel Faus nos asegura que es hora de reinventar la radio ante el impacto de las nuevas tecnologías. Descubra los detalles de esta propuesta.

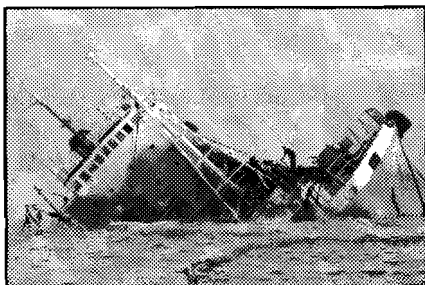
Juan Manuel Rodríguez, decano de comunicación en la Universidad San Francisco de Quito, nos hace ver cómo el correcto uso de la preposición evita la ambigüedad, confusión y desinformación en la noticia.

Paúl Rojas, Gerente General de Advicom, detalla el proyecto de la empresa internacional Intellicom que se llevará a cabo, con la cooperación de CIESPAL, para educar a través de Internet.

Las colaboraciones y artículos firmados son responsabilidad exclusiva de sus autores y no expresan la opinión de CIESPAL.

Todos los derechos reservados.

Prohibida la reproducción total o parcial del contenido, sin autorización previa de Chasqui.



PORTADA

- 4 LA PRENSA Y LA CONSERVACIÓN
EN GALÁPAGOS**
Marco Encalada

OPINIÓN

- 10 LA OBJETIVIDAD PERIODÍSTICA:
UTOPIA Y REALIDAD**
Javier Darío Restrepo

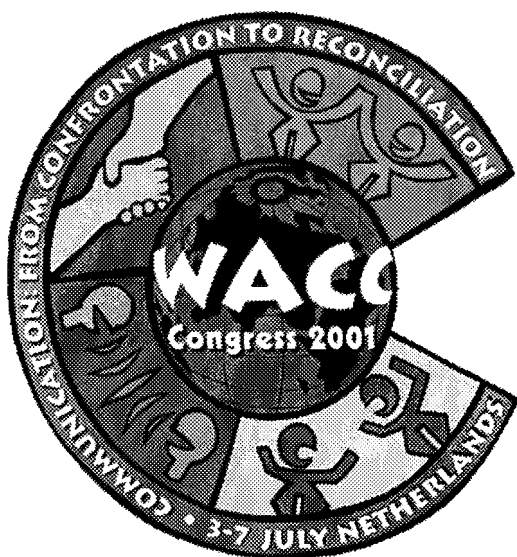
ENSAYOS

- 14 SIGLO XXI ¿QUÉ DEBEN ENSEÑAR
LAS ESCUELAS DE COMUNICACIÓN?**
Francisco Ficarra
- ESTADO DE LOS MEDIOS*
**20 PROPIEDAD Y ACCESO A LOS MEDIOS
DE COMUNICACIÓN EN EL MUNDO**
Ana Fiol
- 28 LA COMUNICACIÓN EN AMÉRICA LATINA,
INFORME DE MÉXICO**
M.E. Gutiérrez Rentería
- TELEVISIÓN*
**34 EUROPA DEL ESTE: ADICCIÓN A LA
TELENOVELA LATINOAMERICANA**
Raúl Sorrosa
- RADIO*
40 REINVENTAR LA RADIO
Ángel Faus
- LENGUAJE*
**46 ERRORES COMUNES EN EL LENGUAJE
PERIODÍSTICO**
Juan Manuel Rodríguez
- INFORMÁTICA*
**48 INTERNET PARA EDUCAR
ESCUELA FUTURA DE INTELICOM**
Paúl Rojas Vargas

- 54 PERISCOPIO TECNOLÓGICO**
- 60 BIBLIOGRAFÍA SOBRE COMUNICACIÓN**
- 64 ACTIVIDADES DE CIESPAL**



Propiedad y acceso
a los **MEDIOS DE**
COMUNICACIÓN
del **MUNDO**



Ana Fiol ■

Entre agosto de 1997 y noviembre de 2000 la World Association for Christian Communication (WACC) auspició un programa de consultas regionales con académicos, trabajadores de medios y legisladores, sobre la estructura de propiedad, el control y las posibilidades de acceso ciudadano a los medios de comunicación.

Los seminarios se realizaron en Eslovenia, Kingston, Nadi, Bangkok, Katmandú, Yaundé, Durban y Ciudad de México.

¿De quiénes son los medios?

En los años 90 el sector de las comunicaciones experimentó un proceso de expansión, la incorporación masiva de tecnología y la concentración de la propiedad de los medios. En otras palabras, un conjunto de fenómenos de expansión, concentración y exclusión social.

Dos tercios de la humanidad no se han beneficiado del nuevo modelo económico y están excluidos de la Sociedad de la Información, mientras que los países calificados como de "alto ingreso" (aproximadamente el 16% de la población

del planeta) de 1980 a 1996 incrementaron su proporción del Producto Global Bruto y sus posibilidades de acceso a bienes materiales y simbólicos del 73% al 80% (UNDP 1999).

En los últimos 10 años las comunicaciones mundiales se digitalizaron, consolidaron, desregularon y globalizaron (implícito en el término globalización está la supremacía de lo transnacional sobre las formas nacionales y locales de economía, sociedad, política y cultura) al hilo del cambio de dirección desde las regulaciones del estado a las del mercado.

En prácticamente todos los países en desarrollo y en Europa, la televisión y la radiodifusión fueron un monopolio de los Estados. La tecnología y la transnacionalización hicieron posible la transmisión satelital a través de las fronteras, destruyendo los controles oficiales y proveyendo a las audiencias de nuevas y más opciones.

La globalización genera una clase global de magnates locales de medios, con un enorme poder político e influencia en la agenda pública

Al mismo tiempo, la filosofía liberalizadora y su activa implementación por parte del FMI, el Banco Mundial y la Organización Internacional del Comercio, forzó a los gobiernos a través de "condiciones" a achicar el gasto, cortar subsidios y comercializar todas las actividades. Los servicios públicos de radio y televisión –tradicionalmente muy subsidiados– están entre las primeras víctimas

b) privatización y comercialización de los servicios públicos de tele radiodifusión,

c) procesos de desregulación y re-regulación o regulación por el mercado (se liberalizó la propiedad de los medios a través del otorgamiento de licencias, se habilitó la propiedad de los medios a inversores no nacionales y se modificaron las legislaciones),

d) los medios se integraron horizontal y verticalmente dentro de las fronteras nacionales, generando

conglomerados locales, con relaciones estrechas con los gobiernos y vínculos con empresas transnacionales,

e) los más poderosos generaron corporaciones regionales que tienen una presencia territorial que tratan de extender, y,

f) transnacionalización y concentración de las industrias culturales (en propiedad, redes de circulación y producción / contenidos).

Todos sabemos de las corporaciones globales de medios de USA y Europa que tienen una presencia mundial y consolidan y extienden esa presencia. Las seis mayores hasta la próxima fusión son News Corporation de Murdoch, AOL Time Warner (USA), Walt Disney Co (USA), Bertelsmann AG (Alemania), Viacom

(USA) y Vivendi Universal (casa matriz en el Reino Unido, la respuesta europea a la fusión AOL Time W.).

Pero además, la globalización y las políticas de convergencia tecnológica (telecomunicaciones + industrias culturales + tecnologías de la información) generaron una clase global de magnates locales de medios, que manejan sectores claves de sus economías nacionales, tienen enorme poder político y gran influencia en la agenda pública cotidiana.

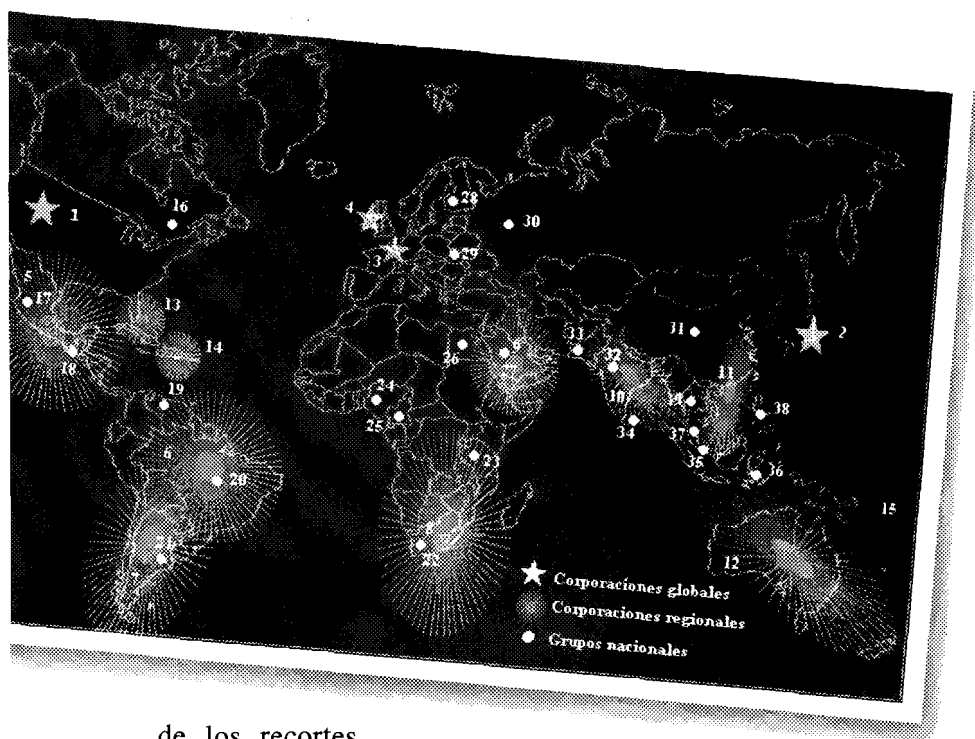
de los recortes presupuestarios. La presión por ser competitivos comercializa los servicios públicos y las ganancias pesan más que la promoción de la ciudadanía.

La globalización de las comunicaciones

El proceso de globalización de las comunicaciones es similar y sincrónico en muy diferentes lugares del planeta.

Se caracteriza por:

a) la desestatización y transnacionalización de las telecomunicaciones,



Algunos ejemplos

Existen innumerables ejemplos de cómo funcionan las alianzas estratégicas entre gobiernos y grupos económicos de medios. Los grandes medios (en su gran mayoría son parte de grupos económicos) son funcionales al capitalismo tardío y son sorprendentemente orgánicos al poder.

El Grupo Thappar en India, Independent Newspapers en Sudáfrica, Rede Globo en Brasil, Singapore Press Holding o el Grupo Majira en Tanzania son nuevos entes multimediáticos de pluriservicios (Albornoz 1998), reúnen una capacidad actual o potencial de convergencia tecnológica y de servicios, telecomunicaciones y la industria del entretenimiento (contenidos televisivos, cine, deporte, información), borrando la distinción entre productores de contenidos y prestadores de servicios. Los grupos se concentran principalmente sobre tres ramas de las comunicaciones: telefonía, distribución de señales y elaboración de contenidos.

El Estado y los gobiernos influyen a los medios sin excepción, en un arco que se extiende desde la propiedad estatal directa (China, Camerún, República Democrática de Congo, Myanmar, Vietnam, Laos), pasando por regímenes legales institucionalmente regulados de licenciamiento y publicidad (India, América Latina) hasta las regulaciones de la OMC, empujadas por los gobiernos de USA y la Unión Europea, para satisfacción de sus corporaciones globales de medios. Podría decirse que existe un modo "clásico" de control e influencia del Estado sobre los medios y uno más acorde con la "nueva economía". La relación medios-gobiernos podría describirse grosso modo (con la dinámica y conflictos concretos de cada caso) como de "sociedad".

Los cambios producidos por la globalización a nivel de las audiencias tienen una dimensión de clase. Las clases medias y altas acceden a los nuevos medios (cable, antenas parabólicas y TV digital, Internet, telefonía celular) como consumidores y virtualmente como emisores. Las clases populares,

Las clases medias y altas acceden a los nuevos medios. Las clases populares, los pobres urbanos, quedan excluidos

los pobres urbanos y rurales, los que usan idiomas locales, quedan excluidos de la esfera pública de los medios de sus países y sólo ocasionalmente (tragedias, conflictos, revueltas) son representados como noticia, pero muy raramente como emisores en su propia voz.

Tendencias regionales

La globalización de las comunicaciones en el mundo se encuentra con procesos políticos y situaciones regionales peculiares.

En Europa central y del este la transición desde economías planificadas y sistemas políticos autoritarios a democracias pluripartidarias y economías de mercado, pluralizó y diversificó el mercado de medios en el marco de políticas de privatización y re-regulación que condujeron a la transnacionalización de los medios y a una fuerte concentración. La cuestión es cómo consolidar un mercado de medios privados e independientes (en esta etapa necesariamente separados del Estado que fuera autoritario) e inclusivos, que provean de espacios para la discusión de valores comunes en sociedades en reconstrucción: cambiantes, pluralistas y fragmentadas.

La mexicana Televisa, la brasileña Rede Globo y el grupo argentino Clarín se consolidaron como corporaciones monopólicas, con socios corporativos internacionales

En la región Caribe, la dependencia estructural externa en una zona de concentrada variedad lingüística, étnica y política, se reforzó y extendió con los ajustes estructurales, la desregulación de los mercados domésticos y la transferencia de toda la infraestructura de telecomunicaciones a multinacionales poderosas (en condiciones leoninas). La liberalización del mercado mediático es caótica y extrema. La globalización en esta zona del planeta agudizó las tendencias previas: todo lo que entra y sale del Caribe en materia informativa está vehiculado (y por ende controlado) por multinacionales mediáticas.

La situación de la región Pacífico podría ordenarse en:

1- naciones que no son viables económicamente, en las que

gobiernos autoritarios que tienen y controlan los medios, recortes a la libertad de expresión, sociedades civiles débiles con porcentajes de emigración enormes (hay tantos locales dentro de la región como en Australia y Nueva Zelanda) y casi total ausencia de legislación de medios.

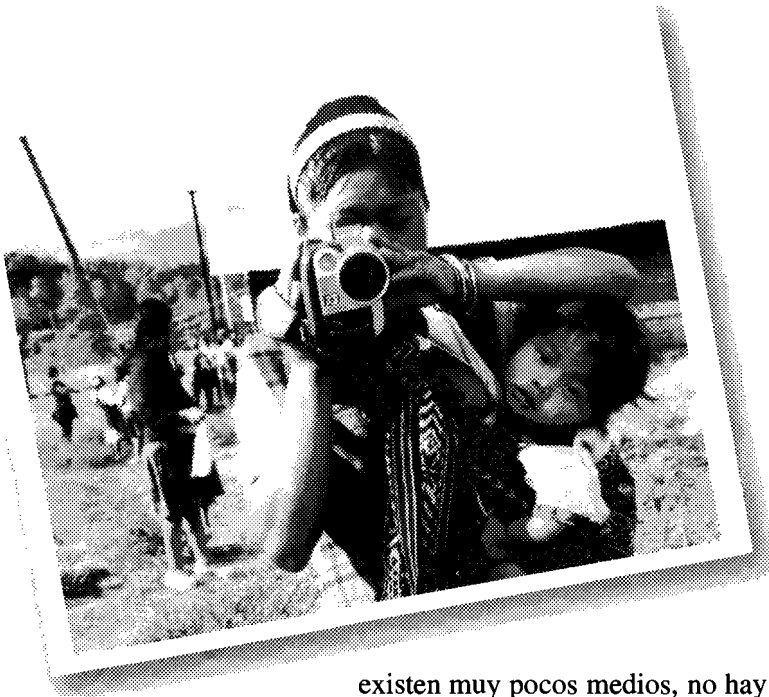
En el sudeste de Asia, existen mercados de medios grandes y sólidos. Con excepción de Tailandia y Filipinas, no podría decirse que existe libertad de expresión en términos occidentales. Gobiernos autoritarios civiles o militares violan los derechos humanos, entre ellos la libertad de prensa. Controlan muy fuertemente los medios de comunicación (cuando son del Estado) o licencian a sus aliados políticos y económicos. La integración vertical y horizontal de las empresas de medios, la expansión a otras actividades de la economía, la acumulación de recursos en pos de la convergencia tecnológica (Internet, PC y software, telefonía) y los vínculos con multinacionales, son dominantes en los imperios locales, en muchos casos familiares. Estos grupos locales, vanguardias de la globalización, crecieron al amparo del otorgamiento de licencias y franquicias por parte de los gobiernos. Los vínculos estrechos entre políticos, militares (en algunos países) y la comunidad de negocios es una característica regional.

En el sur de Asia las tendencias regionales de los últimos 10 años se expresan en la liberalización de

existen muy pocos medios, no hay mercado de medios y con una dependencia externa extrema en infraestructura y know how y

2- aquellas naciones viables como Fiji y Papúa Nueva Guinea donde se registra una alta transnacionalización de los medios (Murdoch, por ejemplo, extendió hacia allí su mundial Sky TV).

La región se caracteriza por la presencia de



la economía y por ende en la desregulación de las telecomunicaciones, aparición (y en el caso hindú desarrollo propio) de nuevas tecnologías de la información y una enorme industria del entretenimiento (TV por cable y satélite, nuevos desarrollos de software y hardware, Internet, Bollywood y contenidos de TV en varios idiomas) y desregulación estatal que condujo al fortalecimiento del mercado de medios y a la pluralización de las opciones del consumidor. La expansión reforzó los oligopolios mediáticos (como en el sureste asiático con fuerte presencia de grupos familiares) que manejan sectores claves de las economías nacionales y la convergencia tecnológica.

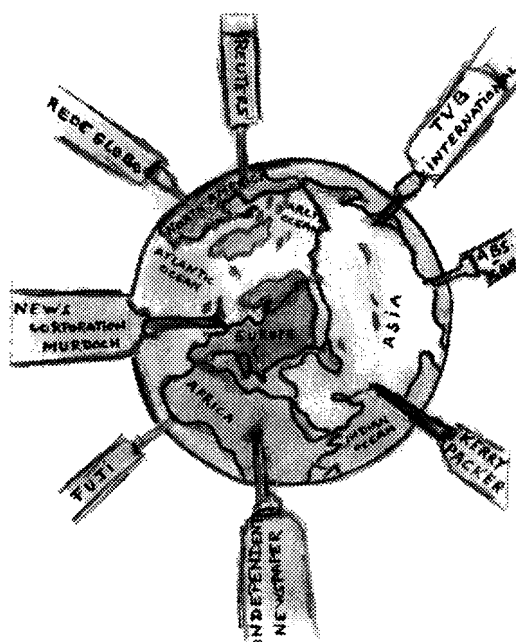
Los medios de comunicación de los sistemas públicos de la región, profundizaron una creciente comercialización y paulatino abandono de la esfera pública. Esta situación es particularmente acuciante en los países que fueron colonia británica y que recibieron la impronta del servicio público de radiodifusión (al estilo BBC). Doordarshan —el sistema público de comunicación indio— es una corporación regional de medios del Estado con extensión territorial sobre Pakistán, Bangladesh, Bhutan, Nepal y sigue creciendo.

En África central y oeste, con la excepción de Nigeria, tiene mercados pequeños, legados lingüísticos y políticos de varias manos coloniales y fronteras políticas a contramano de las culturas. La prensa está en manos privadas (aunque no en todas las naciones) y la tele radiodifusión es monopolio de los gobiernos (casi invariablemente). En el centro / oeste del continente, la pobreza, el infra desarrollo y

las dictaduras no son condición posible para el establecimiento de un mercado de medios que pluralice la oferta mediática y genere y fortalezca la esfera pública. No hay libertad de prensa y de expresión en la mayoría de los países de la región, existen fuertes controles estatales sobre los medios y por el momento la globalización no parece haber contribuido a romper el aislamiento de las audiencias. Los controles oficiales se extienden desde decisiones discrecionales sobre la publicidad del Estado, hasta el asesinato de periodistas.

El sur de África experimentó simultáneamente dos procesos, uno político: las crecientes movilizaciones y luchas populares que terminaron con el apartheid en Sudáfrica (país con un enorme mercado propio que extiende su territorio cultural y comercial sobre Angola, Lesotho, Mozambique, Namibia, Zimbabwe, Zambia, etc) y por otro lado, las transformaciones derivadas de la liberalización económica y la globalización. Descolonización y globalización en un marco severo de restricciones estructurales y de transnacionalización económica.

Las tendencias regionales incluyen la globalización de la propiedad y el control de los medios, con intereses extranjeros que compran acciones en los medios locales y los medios locales que adquieren interés internacional; empoderamiento negro a través de la propiedad de los medios, crecientes cuestionamientos a los sistemas públicos por falta de libertad de expresión y su parcial privatización a través de la venta de acciones a inversores locales y globales.





Finalmente América Latina tiene mercados de medios desarrollados en especial en México, Brasil, Argentina y Venezuela. Después de las dictaduras militares de los 70 en América del Sur y de la violencia política de los 80 en América Central, la región consolidó democracias estables con garantías a la libertad de expresión.

Con el proceso de expansión, tecnificación y concentración se consolidaron la mexicana Televisa, la brasileña Rede Globo y el grupo argentino Clarín, como corporaciones multimedios monopólicas (casi duopólicas en el caso argentino) en sus mercados nacionales, que participan con distintos socios corporativos internacionales en las telecomunicaciones subcontinentales y están en la primera línea de la convergencia tecnológica.

La estructura de propiedad de los medios está influenciada por el modelo norteamericano comercial y sus patrones de expansión son muy centralizados y urbanos, porque dependen de la publicidad.

Hasta los 80 la radio y la TV fueron estatales y comerciales (no públicos en el sentido anglosajón) estrictamente controlados por gobiernos (civiles y militares) que decidían sobre espacios y licencias. Los servicios estatales de radiodifusión se privatizaron, aunque todos los países conservan un debilitado –mínima audiencia– sistema oficial de radio y TV.

Las radios comunitarias, populares o educativas constituyen un extenso movimiento social que se desarrolló estrechamente vinculado a las enseñanzas

de Paulo Freire y se consolidó en la lucha por la democratización durante y después de las dictaduras, debido a que requiere de una tecnología barata y a que, salvo en Chile, Colombia y Brasil, carece de legislación específica (la cual a menudo es restrictiva).

El futuro: cultura y comunicación en las garras de la OMC y del ALCA

Las industrias culturales son centrales en el reforzamiento de las tendencias concentradoras y a la hibridación ecualizada de la cultura (García Canclini, 1997). La globalización en su aspecto económico incluye el comercio internacional, los grandes flujos de inversión extranjera directa e indirecta y la mundialización de los procesos productivos. Cualquiera de los aspectos siguientes del ciclo del capital puede ocurrir en, o desde, una unidad nacional diferente (o en varias a la vez): el

***Los servicios
públicos de radio
y televisión
tradicionalmente
están entre las
primeras víctimas
de los recortes
presupuestarios***

financiamiento, la compra de insumos, materias primas y fuerza de trabajo (incluyendo los recursos intelectuales), el proceso de producción, la distribución y el consumo (Enrique Sánchez Ruiz, 2000). Esto articula y cruza economías enteras y describe también a las industrias culturales.

Con la entrada en vigencia de los acuerdos de la Organización Mundial del Comercio (WTO) –y en América el NAFTA (1994) y el 2005 el ALCA– y en su seno los acuerdos sobre comercio de propiedad intelectual (TRIPS: Trade Related Intellectual Property) y sobre servicios (GATS: General Agreement on Trade in Services), las tendencias actuales se cristalizarán y tendrán fuerza de ley.

La OMC liberalizará todo desde salud y educación, seguridad y cárceles, agua y turismo, hasta cultura, conocimiento y comunicación. Esta nueva institución global obligará a los Estados a abrir todos los sectores de la vida económica y social de sus habitantes a la decisión del mercado global.

Los GATS y TRIPS socavarán la soberanía de los países, reforzarán el poder de las multinacionales y de las naciones ricas de occidente, al tiempo que debilitarán a los países en desarrollo, forzándolos a privatizar servicios esenciales y pagar por conocimiento (patentes) y por cultura (copyright), aun la suya propia.

La propiedad de los medios

Por otro lado hay que considerar la relación compleja que existe entre la estructura de propiedad de los medios, sus dinámicas de producción de contenidos y las múltiples recepciones de las audiencias. No se puede trazar una relación simple entre quienes poseen los medios, lo que estos publican y lo que hacen con eso los receptores.

Amplios sectores perjudicados por la reciente reestructuración neoconservadora interactúan hibridando lo hegemónico y lo popular, lo local, lo nacional y transnacional.

Dicho esto, es innegable la relación entre hegemonía cultural (reproducida/fortalecida por la concentración de medios en pocas manos y estas manos además vinculadas a los grandes negocios



nacionales y a la economía global, es decir, menos voces y más vinculadas al poder hegemónico) y la contracción de la esfera pública. Eso significa menos espacios para buscar y discutir problemas comunes, supone la invisibilización, banalización u hostigamiento de grupos sociales enteros y de sus problemas (negación de derechos básicos, pobreza, marginalidad), tanto como la alienación de las clases populares de decisiones que les conciernen.

La lógica comercial excluye a quienes no pueden pagar para producir, distribuir o consumir bienes culturales. Estas categóricas tendencias macro operan en todos lados de miles de maneras diferentes. ❁