Carta a nuestros lectores

La sociedad argentina está afectada por una crisis generalizada, como consecuencia del mal manejo de la economía y finanzas de los sectores público y privado. El impacto se siente, aun, en los grandes diarios cuya circulación ha caído en forma inédita a nivel mundial. Este hecho que podría tener consecuencias de "efecto dominó", es analizado a profundidad en **Chasqui** por el profesor Federico Rey Lennon, de la Universidad Austral de Buenos Aires.

Y en el marco de la situación de la prensa, este ejemplar pasa revista a tres temas de gran actualidad: la prensa gratuita que día a día crece en difusión y cobertura, los esfuerzos que hacen los "viejos" diarios para cambiar su apariencia y captar nuevos lectores y el caso del diario estadounidense "Usa Today", que hace 20 años marcó un cambio revolucionario en la forma de hacer periodismo diario.

En la columna de opinión ponemos a consideración de nuestros lectores la virtual desaparición del líder carismático en la vida política de nuestros países, por obra y gracia de la actividad de los medios de comunicación, cuyos condicionamientos, para quienes los usan y se engrandecen a costa de ellos, son distintos a los que imponía la lucha política del pasado.

Analizamos también dos temas de enorme actualidad y controversia: los acuerdos entre los medios y el gobierno de México para la difusión de los planes y programas oficiales y el rol de los medios en el proceso para el establecimiento, a mediados de la presente década, del Área de Libre Comercio de América (ALCA).

Por fin, **Chasqui** describe la situación que se vive en Chile como consecuencia de una cuestionada ley de la dictadura que dictó las reglas de juego para la radiodifusión privada. Y en el campo de la radio, la revista señala las normas para "contar las noticias" con impacto e interés.

CHASQUI

Revista Latinoamericana de Comunicación

Chasqui

N° 80 Diciembre 2002

Director
Edgar P. Jaramillo S.
Editor (e)
Jorge Aguirre

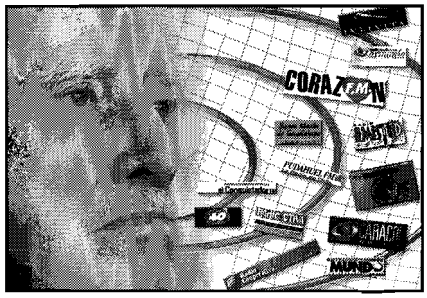
Consejo Editorial
Violeta Bazante — Lolo Echeverría
Héctor Espín — Florha Proaño
Juan M.Rodríguez — Francisco Vivanco

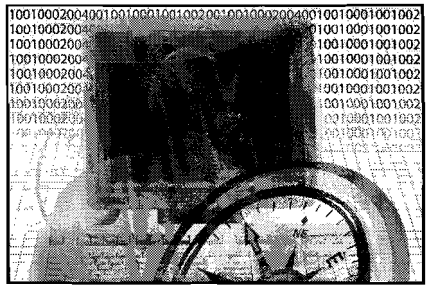
Consejo de Administración de CIESPAL
Presidente, Víctor Hugo Olalla,
Universidad Central del Ecuador
Roberto Betancourt,
Ministerio de Relaciones Exteriores
Simón Espinosa C.,
Ministerio de Educación y Cultura
Juan Centurión,
Universidad de Guayaquil
Carlos María Ocampos,
Organización de Estados Americanos
Rubén Astudillo,
Comisión Nacional de la UNESCO
Iván Abad, FENAPE
Florha Proaño, UNP
Rodrigo Pineda, AER

Asistente de Edición
Jorge Aguirre
Portada y diagramación
Mateo Paredes
Diego Vásquez
Impresión
Editorial QUIPUS – CIESPAL

Chasqui es una publicación de CIESPAL
Telf.: (593-2) 2506149 – 2544624
Fax (593-2) 2502487
e-mail: chasqui@ciespal.net
web: www.ciespal.net
www.comunica.org/chasqui
Apartado 17-01-584
Quito – Ecuador
Registro M.I.T.,S.P.I.027
ISSN 13901079

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.





CIESPAL

PORTADA

4 **Crisis de la prensa argentina**
Federico Rey Lennon

OPINIÓN

12 **El carisma pierde poder**
Alberto Ancízar Mendoza

ENSAYOS

16 **Alca : Una hegemonía difícil de lograr**
Ana Fiol

24 **México: Controversia entre los Medios de Comunicación y el Gobierno**
Juliana Fregoso

PRENSA

30 **USA Today: 20 años después**
Miguel Sarmiento

36 **El rediseño del periódico: nueva vitalidad y aproximación**
Mario R.García

40 **¿Los periódicos gratuitos tienen futuro?**
Francisco Fernández Beltrán

RADIO

46 **La "Ley Pinochet de Telecomunicaciones", Disputa por el dial**
Marcela Amaya García

52 **Una voz mágica para contar las noticias**
Emma Rodero

INFORMÁTICA

58 **Las nuevas tecnologías: ¿progreso o exclusión?**
Lidia de la Torre y Teresa Riccitelli

64 **La informática sin rumbo**
Francisco Ficarra

LENGUAJE

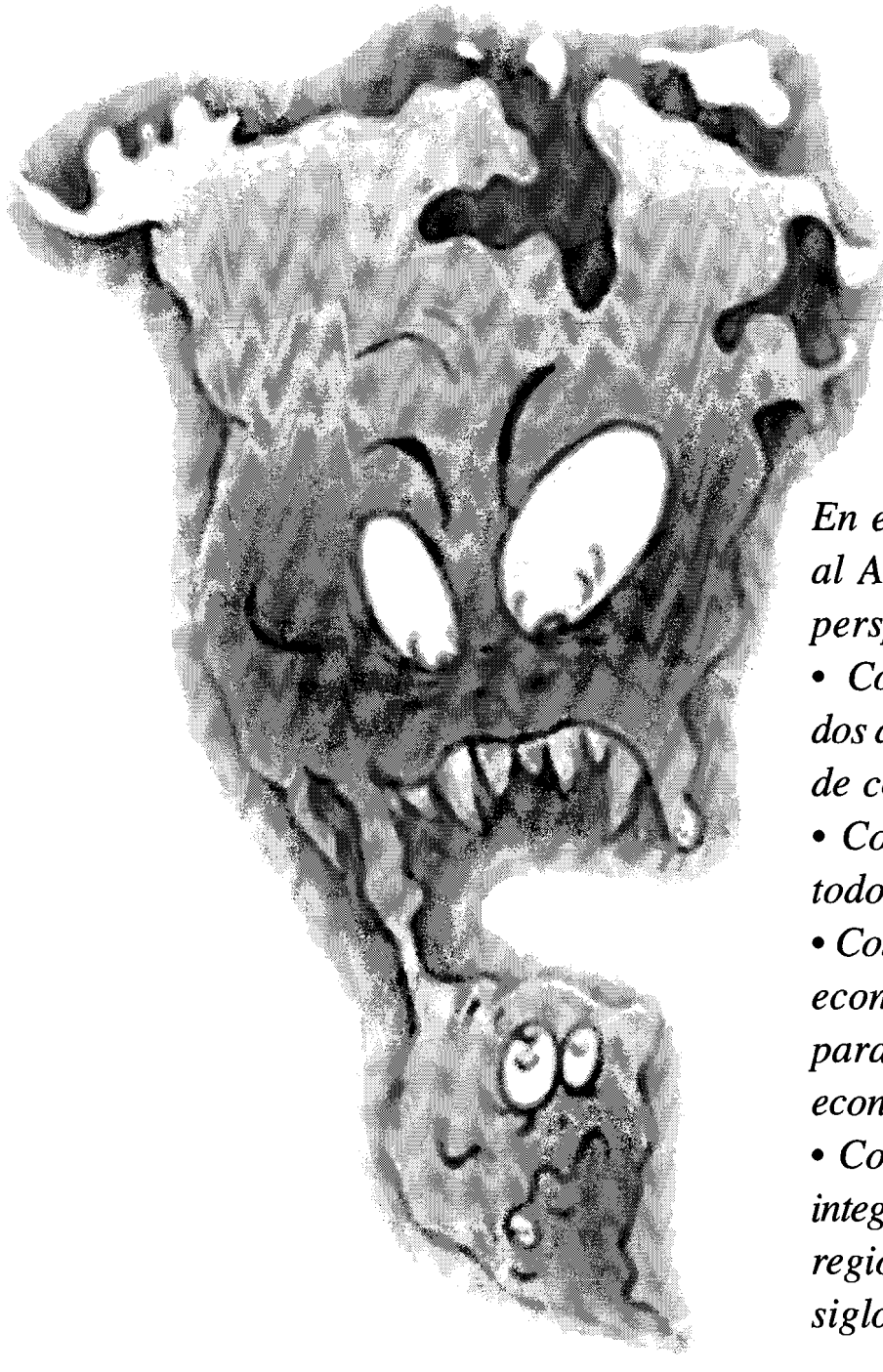
70 **Errores comunes en el lenguaje periodístico**
Juan Manuel Rodríguez

72 **PERISCOPIO TECNOLÓGICO**

82 **BIBLIOGRAFÍA SOBRE COMUNICACIÓN**

88 **ACTIVIDADES DE CIESPAL**

ALCA:
Una hegemonía difícil de lograr



En este artículo vamos a describir al ALCA brevemente desde cuatro perspectivas:

- *Como la conclusión exitosa de dos décadas de políticas neoliberales de comunicación.*
- *Como una extensión del Nafta a todo el continente.*
- *Como una estrategia de integración económica y control político vital para USA vis à vis los bloques económicos Europa y Asia/Pacífico.*
- *Como una política económica de integración que provoca la resistencia regional más organizada del último siglo.*

La reforma neoliberal de los medios es parte de una transformación general de las estructuras de poder de América Latina

Ana Fiol ■

El Área de Libre Comercio de América (ALCA) es un tratado de integración económica entre Estados Unidos y 34 países de América Latina, con la excepción de Cuba, que será una extensión del tratado vigente desde 1994 entre Estados Unidos, Canadá y México, más conocido como el "NAFTA".

Si el ALCA se completa, desde el 2005 regirá el mayor bloque económico del planeta, con un producto bruto combinado de 11 trillones de dólares, el 40% de la producción mundial y una población de 800 millones de personas.

El ALCA es el gran final, el cierre a toda orquesta de las reformas económicas que empezaron a imponerse sistemáticamente en América Latina con el golpe contra Allende en 1973: libre movimiento de capitales, desregulación, austeridad fiscal, libre comercio y privatización. La reforma neoliberal concentró la riqueza y creó una nueva clase transnacional de súper ricos, desmanteló medio siglo de regulaciones del Estado de bienestar y bajó el costo del trabajo, sumiendo a 260 millones de latinoamericanos en la miseria.

Ana Fiol, argentina, periodista y docente universitaria,
Investigadora del Forum Sector, WACC
Correo-e ad@wacc.org.uk

Políticas de comunicación

La reforma neoliberal de los medios es parte de una transformación general de las estructuras de poder en América Latina. Un cambio que afecta a las instituciones que (re) presentan y controlan la opinión pública en las sociedades modernas: los partidos políticos, los parlamentos, las elecciones y los medios.

¿Cuáles fueron las políticas neoliberales de comunicación aplicadas en América Latina y con qué resultados?

Los cambios operados en la estructura de la propiedad de los medios y las telecomunicaciones se hicieron a través de un conjunto de políticas de ajuste estructural, pactadas entre el FMI y el Banco Mundial y los gobiernos electos de los presidentes Virgilio Barco, Mahuad y Bucaram, Collor de Mello y Enrique Cardozo, Carlos Menem, Salinas de Gortari y Ernesto Zedillo, la dictadura de Fujimori, etc.

Los medios dominantes: la prensa, radio y redes de televisión, tomaron parte activamente en este proceso de reforma estructural. Actuaron como voceros y legitimadores de las bondades del cambio de modelo económico y sus nuevas reglas de juego. Al mismo tiempo, resultaron beneficiarios directos de la nueva legislación sobre propiedad de los medios, de la privatización de las cadenas estatales de radio y televisión, de la desregulación del negocio de TV por cable y satelital, de la privatización de los sistemas de telecomunicaciones y de los sistemas estatales de satélite Brasilsat y Morelos (México) y fundamentalmente, de la liberalización de la inversión extranjera en los medios que permitió los joint ventures para producir televisión, como Univisión y Telemundo, o para distribuirla, como Sky y Galaxy.

Este proceso de integración trasnacional capitalista y vertiginoso desarrollo tecnológico consolidó las peores tendencias autoritarias de lo que hoy son gigantescos multimedia regionales, que en mercados nacionales oligopólicos muy concentrados, hegemonizan la producción de entretenimiento y opinión política.

Desde los años 80 los mercados nacionales de medios se diversificaron (por ejemplo, con la primera expansión de cable TV o el abaratamiento de las tecnologías de trasmisión radial y de imprenta) y casi al mismo tiempo se concentraron. Los medios chicos e independientes desaparecieron, absorbidos por los grandes grupos, tanto regionales como extranjeros, o fueron expulsados del mercado. Los grandes diarios de las ciudades capitales compraron los diarios provinciales, formando cadenas nacionales, que luego se integraron a los grupos multimedia. La desaparición de sectores económicos locales y la concentración económica agudizaron la concentración del presupuesto publicitario en unas pocas operaciones de medios. (Generalmente negociadas en Miami)

Los multimedia expandieron sus alianzas financieras con bancos extranjeros y sus vínculos con sectores clave de las economías nacionales, como minería, aeropuertos, telecomunicaciones e Internet, manufacturas, etc.

Como resultado de estos últimos veinte años de reformas liberales, sobre el sistema de medios latinoamericano, un grupo de familias empresarias continúa dominando, al mejor estilo pregonado por el bien conocido propaganda model de Chomsky y

Herman, la producción de opinión política pública.

Los multimedia globales y un conjunto integrado de corporaciones regionales controlan la producción masiva de la cultura y la opinión política. El cine es un negocio de Hollywood, la industria del libro está controlada por gigantes europeos, las seis mayores: BMG, EMI, Sony, Warner, PolyGram y Universal controlan la industria de la música, etc.

El sistema público de medios, que quedó después de 15 años de privatizaciones, no alcanza para ofrecer una alternativa. Los sistemas públicos de radiodifusión reciben un presupuesto anual que no alcanza el 6% del que tienen los sistemas comerciales. Sobre las 570 cadenas de televisión por aire que tiene la región, sólo 64 estaban orientadas a la educación y la cultura en 1997 (World Communication Report, UNESCO)

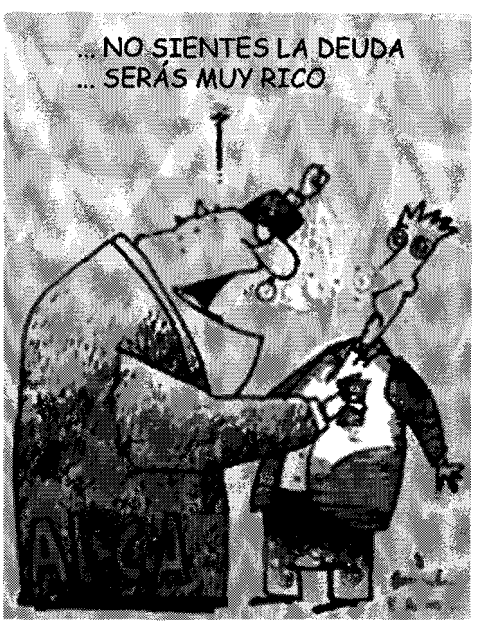
A las radios y estaciones de televisión comunitarias y no comerciales, los gobiernos no les permiten vender publicidad o directamente las ilegalizan, la policía las persigue y en general sufren el mismo tipo de represión, que es la regla para los movimientos sociales y sus representantes. La Asociación Mundial de Radios Comunitarias AMARC, lidera la oposición a la privatización del espectro radioeléctrico y del nuevo sistema de asignación de frecuencias.

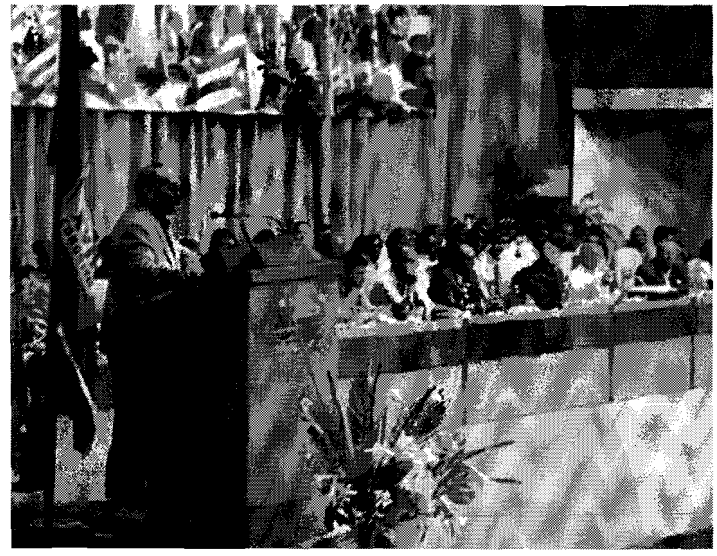
Como decíamos, los multimedia regionales se han convertido en instituciones autónomas en el tablero de las políticas nacionales, con sus propios intereses de negocios e intereses de clase, que se reflejan en sus políticas editoriales y en sus conductas empresarias.

¿Cómo gobernar **para las mayorías**?, es decir, ¿cómo tomar medidas económicas que afecten los intereses corporativos y políticos norteamericano-europeos y comunicar actos de gobierno en sociedades complejas, cuando los medios tienen sus propios intereses de negocios y por ende políticas editoriales antidemocráticas y antipopulares?

No se trata ya del antagonismo manifiesto que Globo editorializa por los Sin Tierra, el Grupo Clarín por los Piqueteros y las asambleas barriales, Venevisión por la CONAIE o Televisa por

La reforma neoliberal concentró la riqueza en una clase transnacional de superricos, y bajó el costo del trabajo, sumiendo a 260 millones de latinoamericanos en la miseria





II Encuentro Hemisférico de Lucha Contra el ALCA, La Habana, Cuba

los Zapatistas, se trata de medios golpistas como los venezolanos, que simplemente se oponen a la democracia.

ALCA igual a NAFTA continental

El NAFTA regula uno de los bloques comerciales más grandes del mundo. Tiene una población de 370 millones y una producción económica combinada de 6 trillones de dólares (en 1997). Sin embargo y a pesar de su nombre, el NAFTA no está dirigido principalmente al libre comercio, ya que hacia 1990 las barreras tarifarias y no tarifarias entre USA y México eran muy bajas.

El NAFTA, en realidad, asegura privilegios y derechos nuevos y radicales a las corporaciones multinacionales. Estas mismas medidas de protección a los inversores estaban en el corazón del Acuerdo Multilateral de Inversiones (MAI) impulsado por la Unión Europea (UE) y que tuvieron que archivar por la presión popular en 1998. En el NAFTA está vigente desde 1994 la misma legislación económica que los países del G8 impulsan en la OMC para imponerla a todo el orbe: la liberalización completa de todos los servicios básicos.

El tratado contiene extensos capítulos sobre inversiones, competencia, compras del Estado, telecomunicaciones (como una infraestructura para los negocios) y servicios financieros.

El NAFTA abrió la economía mexicana a las inversiones norteamericanas de varias maneras:

- a través del sistema bancario, ciudadanos, bancos y compañías de USA pueden invertir en la banca y los seguros mexicanos;
- a través del negocio petrolero (pero no de los yacimientos) y
- a través del 49% de inversión extranjera en las operaciones de medios y la inversión directa extranjera en sistemas de distribución de TV (cable y televisión por satélite)

Las **industrias culturales**: cine, industria editorial, radio, redes de distribución de televisión por aire (o terrestre) por cable y satélite, la producción de contenido televisivo y la industria de la música, se negocian como parte de la **industria de servicios**, y no como actividades relacionadas con la producción de cultura o de información, vitales para el funcionamiento democrático de una nación. Esto significa que el NAFTA hizo ilegales los subsidios o cualquier otra estrategia de protección o estímulo por

parte del estado Mexicano a sus industrias culturales. Sin protección estatal la producción de cine mexicano se desplomó de 122 películas en 1988 a 7 en 1998 (Daya Thussu 2000).

Canadá negoció una excepción para sus industrias culturales al estilo de la que Francia y la UE dejaron planteada al finalizar la Ronda Uruguay del GATT y que todavía está en disputa en la OMC. El gobierno mexicano no planteó excepción alguna, aduciendo que su cultura no necesitaba de ninguna protección especial

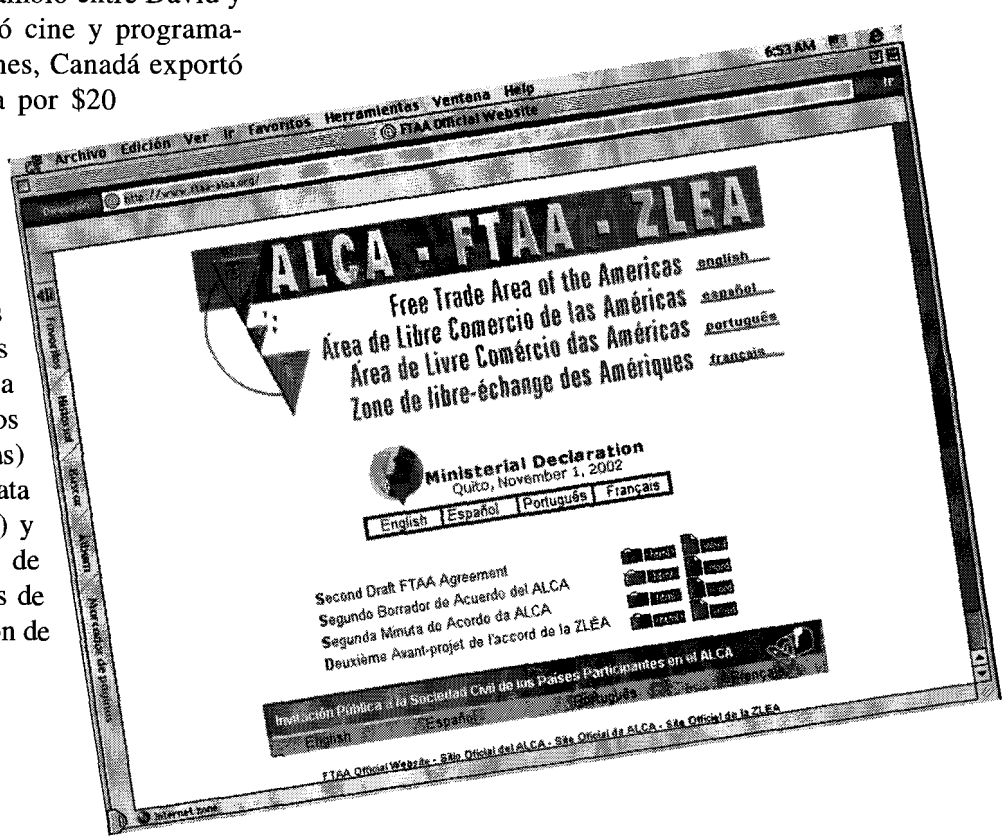
La sección sobre industrias culturales del NAFTA enfatiza la protección del copyright y de los derechos de propiedad intelectual en general. Canadá ya tenía un conjunto de leyes de propiedad intelectual comparable a las de USA. México sancionó nuevas leyes sobre propiedad intelectual y cambió la constitución nacional en 1991 preparando su ingreso al NAFTA. El objetivo principal de la sección sobre industrias culturales del NAFTA es la reducción de la piratería (que en México y en toda la región, es mucha e incalculable), como un modo de incrementar las ganancias corporativas de USA y así incentivar la inversión extranjera.

El NAFTA regula el intercambio entre David y Goliat. En 1993 USA exportó cine y programación de TV por $ 7 mil millones, Canadá exportó por $280 millones y Televisa por $20 millones (Halperín 1998).

El tratado se erige sobre el principio capitalista de movilidad del capital e inmovilidad de la fuerza de trabajo, combinando mano de obra cada vez más barata y tecnología cada vez más moderna. Esto le ha permitido a los empresarios norteamericanos (y a algunas empresas mexicanas) a explotar mano de obra barata mexicana (pero muy calificada) y como consecuencia, la pérdida de 700 mil a un millón de puestos de trabajo en USA y la proliferación de maquiladoras en México.

Desde los años 80 los mercados nacionales de medios se diversificaron y casi al mismo tiempo se concentraron

Entre 1963 y 1981, la proporción de mexicanos debajo de la línea de pobreza bajó de 77.5 a 48.5%, pero desde 1982 hasta 1992, bajo las reformas neoliberales, subió al 66%. De 1994 a 2001 el salario medio bajó 22.75%. Ocho millones de familias cayeron de la clase media a la pobreza, mientras las corporaciones de USA y Canadá se quedaban con las industrias mexicanas rentables (Third World Resurgence No 129, Mayo/Junio 2001)

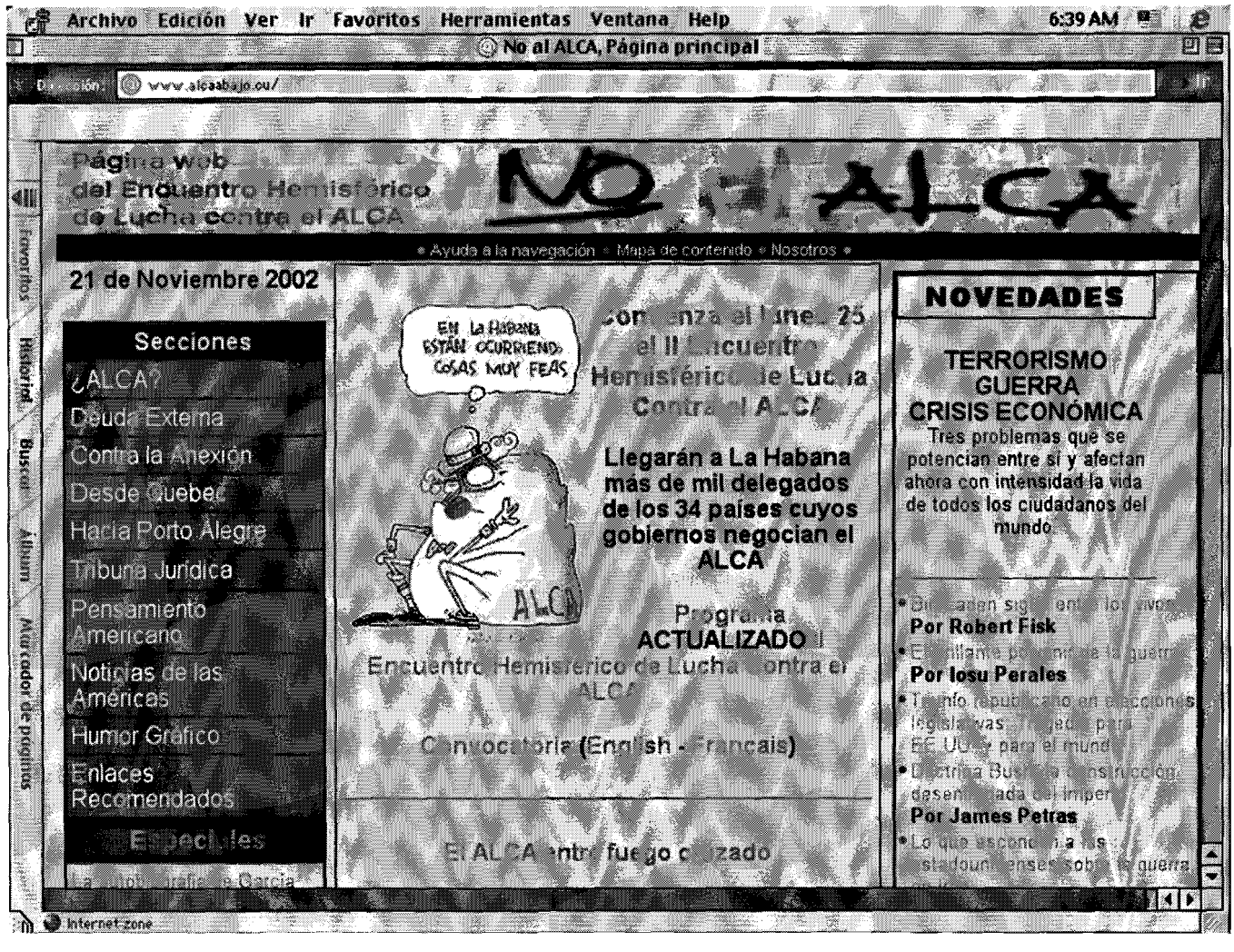


Los multimedia se aliaron con los bancos extranjeros y los sectores de la minería, aeropuertos, telecomunicaciones e Internet

El ALCA, prioridad estratégica de USA

El sistema internacional posterior a la guerra fría, que a la postre no resultó ni tan guerra, ni tan fría, tiene un orden económico **tripolar** tutelado militarmente por USA. El mundo del siglo veintiuno se está organizando en tres bloques económicos, que liderados por los países del G8, especialmente Alemania, Japón y USA, integrarán respectivas zonas dependientes:

La UE que incorporará 10 países de Europa Central y del Este en cinco años y que en el futuro podría sumar una tercermundizada Rusia; el área Asia / pacífico liderada por Japón, incluyendo países vecinos y eventualmente China; y, el bloque liderado por Estados Unidos, con Canadá y América Latina. Se suman a la estrategia de integración, el NAFTA, el ALCA, el "trade power authority" o "fast track" que el congreso de USA le dio al Presidente Bush en agosto 2002 o la dolarización de cinco economías regionales.



El ALCA fortalecerá la competitividad de las empresas de servicios, industrias y bancos de USA en la economía internacional, principalmente a través del acceso a la materia prima y mano de obra barata, más los negocios seguros que hará con la privatización (o competencia trasnacional por la provisión) de servicios básicos de todo el continente.

El ALCA es una estrategia económica de integración neocolonial de las elites norteamericanas y sus corporaciones con las nuevas elites de poder de América Latina, en la cual las corporaciones de medios norteamericanas y latinoamericanas tienen el rol fundamental de inducción y control de la opinión pública.

ALCA: la resistencia

La crisis Argentina de diciembre 2001 avanza en Uruguay, Brasil, Paraguay y Ecuador. Brasil está sacudida, además, por la especulación (huida de capitales, devaluación de la moneda) que el mercado financiero produce por un supuesto efecto Lula en las elecciones de octubre.

Otra crisis de la deuda, como la de 1982, se cierne sobre el horizonte regional, una prueba contundente del agotamiento del modelo de crecimiento vía endeudamiento.

El miedo al ejemplo argentino se extiende por el subcontinente: si nada cambia en las políticas del otrora mejor alumno del FMI, para el 2003 el 65% de los argentinos estará en la pobreza, de los cuales la mitad será indigente (INDEC Argentina, agosto 2002).

En este estado de cosas, la lucha contra el ALCA unifica las consignas y reorienta las estrategias de los movimientos sociales. Les permite comprender y resistir el carácter sistémico de un esquema económico que los medios presentan como la única alternativa.

Los movimientos sociales brasileños lideran la resistencia al ALCA, con los Sin Tierra (que tiene una base social de tres millones de personas) y además, con el Partido de los Trabajadores, ambientalistas, iglesias, etc. En septiembre 2000 hicieron un referéndum en el que seis millones votaron por no pagar la deuda. Ahora lideran una consulta popular en todo el continente para poner el ALCA en la esfera pública, que los medios dominan y los gobiernos electos negocian. La Alianza Social Hemisférica, formada por cientos de grupos sociales de 32 países lanza en septiembre 2002 una Consulta Popular, para que los pueblos latinoamericanos puedan votar, si quieren o no que sus gobiernos ratifiquen el ALCA. El plebiscito popular tendrá variadas expresiones en todos los países, incluyendo Estados Unidos y los resultados serán publicados el próximo abril.

MAYOR INFORMACIÓN:
- www.asc-hsa.org
- www.alcaabajo.cu
- www.ftaa-alca.org
- www.comercioconjusticia.com
- http://stopftaa.org/new/
- www.fenocin.org
- www.cmag.net
- http://montreal.indymedia.org