

Carta a nuestros lectores

La elección en Bolivia de Evo Morales y de Michelle Bachelet en Chile interesa a **Chasqui** desde el punto de vista de la comunicación política, de la imagen y mensaje utilizados en sus campañas, de su efectividad, en contraste con la estrategia de sus adversarios. **Chasqui** no es una revista política y, por lo tanto, siempre carga el acento en los procesos de comunicación y no en la configuración política y en los enfrentamientos de diversas corrientes de pensamiento que se dan en América Latina.

En este contexto están escritos los artículos de José Luis Exeni, desde Bolivia, y de Katia Muñoz Vásquez y Sergio Celedón Díaz, desde Chile.

El énfasis que **Chasqui** da a la comunicación social, sin duda, explica, al menos en parte, el interés que ha despertado en los diferentes portales de Internet que albergan a la revista. Como ejemplo cabe citar a www.chasqui.comunica.org que el pasado mes de enero registró para **Chasqui** 500 mil hits, según aparece en el gráfico de la contraportada de esta edición.

La especialidad de la revista en comunicación le obliga a tratar con profundidad temas como el surgimiento del ciudadano digital; el desempeño, impacto y organización de las estaciones estatales o semiestatales de televisión; la importancia creciente de la comunicación por satélite; y, la preocupación legítima por el efecto en los niños de los programas de televisión e Internet.

En cuanto a la televisión gubernamental, **Chasqui** inició una serie con la BBC de Londres y Radio y Televisión Española. Hoy la ampliamos a Radiobrás del Brasil.

Con frecuencia los lectores se preguntan ¿quién tiene la culpa de la televisión basura: los que la miran con fascinación o los que la utilizan como medida de su popularidad para exigir publicidad mejor pagada? A estas y otras preguntas **Chasqui** ofrece inquietantes dudas y certezas.

En estas páginas, el lector podrá encontrar una aproximación al fenómeno del resurgimiento del cine latinoamericano en el mercado español, la fluidez informática de la era digital y las nuevas formas de informar al interior y al exterior de las organizaciones.

CHASQUI

Revista Latinoamericana de Comunicación **Chasqui**

Nº 93 Marzo 2006

Director

Edgar P. Jaramillo S.

Editor

Luis Eladio Proaño

E-mail: luiselap@ciespal.net

Consejo Editorial

Violeta Bazante Lolo Echeverría

Héctor Espín Juan M. Rodríguez

Francisco Vivanco R.

Consejo de Administración del CIESPAL

Presidente, Víctor Hugo Olalla,

Universidad Central del Ecuador

Francisco Carrión Mena,

Ministerio de Relaciones Exteriores

Raúl Vallejo,

Ministerio de Educación y Cultura

Héctor Chávez Villao,

Universidad de Guayaquil

Hugo Saguier Caballero,

Organización de Estados Americanos

Andrew Radolf,

UNESCO

Héctor Espín, UNP

Rodrigo Pineda, AER

Asistente de edición

Jorge Aguirre

Portada y diagramación

Mateo Paredes

Diego Vásquez

Impresión

Editorial QUIPUS – CIESPAL

Chasqui es una publicación del CIESPAL

Miembro de la

Red Iberoamericana de Revistas

de Comunicación y Cultura

<http://www.felafacs.org/rederevistas>

y de la

Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe

en Ciencias Sociales y Humanidades

<http://redalyc.uaemex.mx>

Tel.: (593-2) 2506149 – 2544624

Fax (593-2) 2502487

e-mail: chasqui@ciespal.net

web: www.ciespal.net

www.chasqui.comunica.org

weblog: www.revistachasqui.blogspot.com

Apartado Postal 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 del CIESPAL.

Todos los derechos reservados.

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

CONTENIDO

Portada

4 | Comunicación política en Bolivia y Chile

José Luis Exeni, Sergio Celedón Díaz y Katia Muñoz Vásquez



Opinión

18 | El ciudadano digital

Carlos Arcila Calderón

Ensayos

22 | La inmigración en clave periodística

Estrella Israel Garzón



Televisión

30 | La televisión satelital

Francisco Sacristán Romero

34 | La televisión autonómica en España

Mateu Ramonell



40 | Los niños y la televisión

Valerio Fuenzalida

46 | Radiobrás, la empresa gubernamental de comunicación del Brasil

Eugênio Bucci

Cine

54 | Cine latinoamericano en el mercado español

Nella Escala



Comunicación Organizacional

62 | Cambio de Mirada en las organizaciones, Comunicación en 360 grados

Fernando Véliz Montero

Dudas y Rupturas

66 | La caricatura de Mahoma y la libertad de información

Juan Manuel Rodríguez

Informática

68 | Internet, aliado y enemigo del periodista

David A. Yanover



74 | La fluidez de la información en la era digital

Carlos Cortés

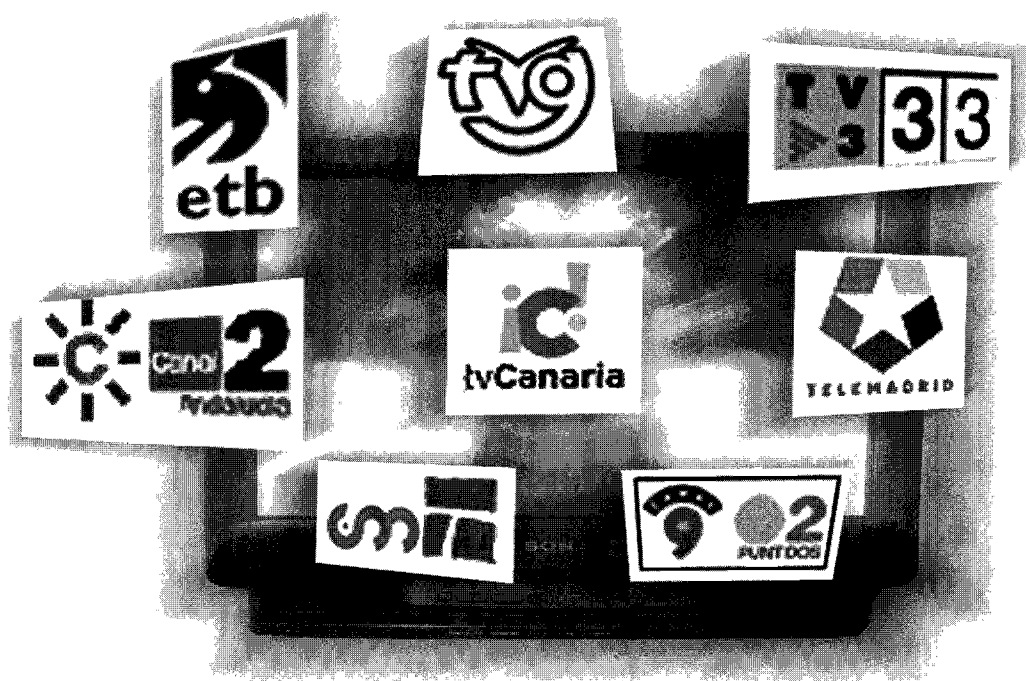
80 | Periscopio Tecnológico

84 | Bibliografía sobre Comunicación

90 | Actividades del CIESPAL



La televisión autonómica en España



Mateu Ramonell ■

En España un 70 por ciento de los hogares tiene dos televisores. Ante estas cifras podemos concluir que los españoles son unos teleadictos. Y es cierto. Cada día los periódicos publican cientos de páginas dedicadas a hablar de la televisión y este electrodoméstico es uno de los principales temas de conversación ¿Viste el partido del Real Madrid de anoche? ¿A quién expulsaron de *Gran Hermano*? ¿Cómo terminó el capítulo de ayer de *Cuéntame*?

Los españoles reconocen que ven mucho la tele. Según las encuestas oficiales del CIS (Centro de

Investigaciones Sociológicas) un 38 por ciento dice que ve la televisión entre una y dos horas diarias y un 23 por ciento afirma que se sienta frente a la pequeña pantalla entre dos y tres horas cada día.

La televisión es en España el medio de comunicación más seguido, con mayor influencia social y con mayor peso político. La televisión no para de crecer y de evolucionar. En 1956 -y ahora celebramos el 50 aniversario- empezaron las emisiones regulares de la cadena estatal Televisión Española (TVE). A principios de los años 80 del siglo pasado nacieron las televisiones de ámbito regional o autonómico. La primera fue la vasca, Euskal Telebista (ETB) en 1982, y en 1983 apareció TV3 en Cataluña. En 1991 surgieron las emisoras

Mateu Ramonell, español, Licenciado en Ciencias de la Información por la Universidad Autónoma de Barcelona. Ha trabajado en prensa, en radio y ahora en Televisión Española (TVE).

■ Correo-e: mateuramonell@hotmail.com



La mujer también es protagonista

privadas de televisión: Antena 3, Tele 5 y el Canal Plus, que acabaron con el monopolio estatal que TVE había ostentado durante 35 años. Ahora, cuando ya estamos en el año 2006, el Gobierno ha aprobado la puesta en marcha de dos canales analógicos más (Cuatro y La Sexta) y ya se han iniciado, de manera experimental, las emisiones de la Televisión Digital Terrestre (TDT) que revolucionará el mando a distancia español. A través de la TDT, el telespectador recibirá, al menos, unos 30 canales nuevos. Será a partir de 2010.

El papel de las autonómicas

Pero ¿qué papel han jugado las televisiones autonómicas en el panorama audiovisual? Antes de nada, hay que explicar que el Estado español está dividido, desde la aprobación de la Constitución de 1978, en 17 autonomías, cada una con un Estatuto que les concede diversas competencias, que hasta ese momento eran estatales. Para hacernos una idea, la estructura política de España puede compararse a la de los Estados Unidos de América, con sus estados, o a la de Alemania, con sus landers. Entre las competencias figura la posibilidad de crear un canal público de televisión y las Comunidades Autónomas quisieron ejercer este derecho, es decir, contar con sus radios y televisiones para distanciarse de la información que se

servía desde los medios públicos del Estado central. Donde había una mayor demanda era en Cataluña y en el País Vasco, dos regiones con motivaciones políticas y culturales especiales. En la actualidad, ya funcionan 13 canales autonómicos y para 2006 se anuncia la inauguración de las televisiones de Murcia, Aragón, Extremadura y Asturias con lo que, prácticamente, se completaría el mapa autonómico televisivo.

Las televisoras autonómicas no son residuales, al contrario, tienen un porcentaje considerable de audiencia. En 2005 el conjunto de teles autonómicas tuvo, según SOFRES, un 17,3 por ciento de la audiencia media total. A poco más de dos puntos se situó TVE (19,6 por ciento) y a poco más de cuatro están las privadas Antena 3 (21,3 por ciento) y Tele 5 (22,2 por ciento). Por comunidades, la televisión de mayor audiencia es Canal Sur de Andalucía con un 20,2 por ciento, seguida de TV3 con el 19,6 por ciento, ETB con un 18,4 por ciento y el 17,2 por ciento de la Televisión de Galicia (TVG).

Las televisión autonómica no es residual, sino que registra un porcentaje considerable de audiencia

Explicación del éxito

¿Cómo se han ganado esta parte del pastel de la audiencia? Su éxito, en la mayoría de los casos, se basa en una combinación de calidad y cercanía. Informativos y deportes son los ejes de su programación. Y, además, la lengua es uno de sus pilares

fundamentales. Por ejemplo, la televisión vasca tiene un canal en euskera, el idioma propio de esta región, TV3 de Cataluña emite íntegramente en catalán en todos sus canales y TVG tiene una programación consolidada en gallego. Los noticiarios suelen ser líderes de audiencia en sus franjas horarias.

Por ejemplo, en TV3 los *Telenotícies* alcanzan cuotas de audiencia, *share*, del 30 por ciento, mientras que en la Televisión de Andalucía los noticiarios sobrepasan la barrera del 23 por ciento, por delante de los programas informativos que a esa misma hora ponen en antena las televisiones estatales. Esto hace que los gobiernos regionales estén satisfechos con el altísimo costo de los informativos, ya que así se justifica la creación de las televisiones autonómicas: hacer frente a la visión centralista que se lanza a las ondas desde las televisiones de Madrid y contrarrestar políticamente esas informaciones cuando los gobiernos central y autonómico no coinciden en su color político.

Financiación

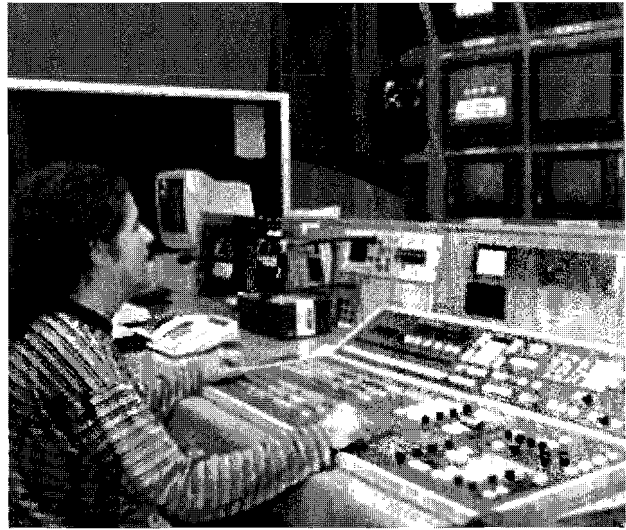
Las televisiones públicas tienen una financiación mixta: publicidad y subvención pública y, desde hace un año aproximadamente, las autonómicas han entrado en crisis. La aparición de nuevos canales,



Programas para todos los públicos y edades

El fútbol a un precio altísimo es la estrella de la programación autonómica

sobre todo los locales y los digitales, y la potenciación de los ya existentes -el caso de Antena 3- les ha hecho perder cuota de público, ha bajado la publicidad y han aumentado sus números rojos. Entre noviembre de 2004 y noviembre de 2005 todas las cadenas regionales han bajado, algunas hasta tres puntos su audiencia, como es el caso de la Televisión de Galicia. En Cataluña, TV3 ha pasado de ser líder a situarse en tercera posición detrás de Antena 3 y Tele 5. La marcha de alguna de sus estrellas y la programación agresiva de la competencia han rebajado sus expectativas. El director general de TV3 ha llegado a cuestionar el sistema de medición de audiencias y ha puesto en duda si la compra de los derechos del fútbol es tan rentable para captar espectadores como se pensaba. Desde hace años, las autonómicas, que se han agrupado en torno a una federación llamada FORTA, tienen a cambio de 90 millones de euros la exclusiva semanal de uno de los partidos de la liga de Primera División, con equipos como el Real Madrid y el Barcelona. Esto hace que cada sábado, millones de espectadores elijan esta oferta, lo que incrementa la audiencia y los ingresos publicitarios de estas emisoras. El sábado 24 de septiembre, por ejemplo, consiguieron un 25 por ciento de *share* con la emisión del Bétis-Barcelona, aunque los verdaderos récords se consiguen con la emisión gratuita de los grandes match Madrid-Barcelona, que alcanzan el 60 por ciento de *share*. Decimos gratuita porque en España son los canales digitales los que se llevan la mayor parte de los partidos de la liga de fútbol, previo pago de los abonados a estos canales.



Movilidad extrema y tecnología de punta son las constantes

El deporte en la pantalla chica

El fútbol es la estrella de la programación de las televisiones autonómicas, pero el coste económico es altísimo y esos récords de audiencia solo se alcanzan cuando juega algún equipo de la región. Por ejemplo, si se transmite un partido del Sevilla, la televisión de Andalucía (Canal Sur) tiene un *share* muy alto, pero si el partido que se emite es del Deportivo de la Coruña, la audiencia andaluza le da la espalda a ese programa. Todo este debate continúa abierto, mientras las emisoras se disputan los derechos del Mundial de Alemania valorados en unos 100 millones de euros. La FORTA y TVE han anunciado que pujarán por esos derechos. Además del fútbol, del baloncesto y de los informativos, las televisiones autonómicas ponen en antena una programación basada en películas, concursos y magazines. Pero siempre tienen que convivir con la contradicción de tener que compaginar una programación de servicio público, deficitaria, con otra de entretenimiento y de marcado carácter comercial, para poder recaudar algunos ingresos con la publicidad.

La última emisora autonómica de televisión que se ha inaugurado es la de las Islas Baleares, dirigida a una población cercana al millón de habitantes. Bajo la denominación de IB3 ha puesto en marcha un nuevo modelo de gestión para evitar acumular

pérdidas económicas, como les ha sucedido al resto de sus colegas. IB3 cuenta solamente con una estructura directiva de unas 20 personas. Informativos y programas son realizados por productoras privadas que dan trabajo a unos 500 profesionales.

La externalización y las cuentas

A este fenómeno se le ha llamado externalización. Es decir, IB3 contrata producción a empresas externas, mientras que otras autonómicas cuentan con plantillas de más de dos mil trabajadores, por lo que han acumulado a lo largo de los años déficits multimillonarios pero, además, tienen que comprar programas a productoras privadas. IB3 empezó a emitir 18 horas diarias el 5 de septiembre de 2005 y desde el 9 de enero de 2006 ya emite las 24 horas. Pone en antena cuatro informativos, además de programas de entretenimiento, películas, documentales y espacios de deportes. El presupuesto para 2006 es de 60 millones de euros*, uno de los costes más bajos de las autonómicas, según explican los directivos de la cadena.

Mientras tanto, TV3 de Cataluña tiene un presupuesto anual de 547 millones de euros y la Ràdio Televisió Valenciana (RTVV), 247 millones de euros anuales. Por habitante, el coste de IB3 sería de 37 euros, mientras que la televisión catalana costaría a

cada uno de sus ciudadanos 50 euros anuales. Pero esta es la versión oficial de las cuentas de la televisión balear. La oposición denuncia que el endeudamiento en sólo un año de funcionamiento es de 70 millones de euros y que el coste por habitante es de 100 euros anuales. La deuda es el gran lastre de las emisoras públicas de televisión en España. TVE, la gran cadena pública, arrastra un débito de más 7.000 millones de euros, el mismo dinero que el Estado destinará al Ministerio del Interior. Según Fernando González Urbaneja, "España es el país europeo que más dinero público destina a la televisión".

La polémica de la representación política

Pero las televisiones públicas no están envueltas en polémicas relacionadas solo con sus economías. Todas las televisoras públicas tienen un Consejo de Administración, compuesto por personas nombradas por los partidos con representación parlamentaria, pero la designación del director general recae directamente en los gobiernos. Así, todos los ejecutivos, desde el estatal a los autonómicos, nombran a dedo a los directivos de las emisoras. En Cataluña, donde gobierna una coalición de izquierdas, el director general es un ex-ministro socialista.

Las autonómicas se replican en la web



Los directivos de los canales estatales y autonómicos son nombrados a dedo por los ejecutivos políticos

En Baleares, la directora general es una ex-colaboradora directa del presidente regional y el subdirector, uno de sus ex-jefes de prensa. Además, el máximo responsable de la productora de los informativos fue el jefe de prensa del presidente del gobierno balear. En TVE los directores generales son personas de confianza del partido que gobierna. El Partido Popular (PP) designó en 1997 a uno de sus diputados para dirigir TVE, en esos momentos, la cadena más influyente con informativos que superaban los 5 millones de espectadores. El PSOE (Partido Socialista Obrero Español) había colocado siempre a personas de su entorno para dirigir TVE. Esta situación ha generado múltiples críticas de los partidos de la oposición, que han acusado a las televisiones públicas de ser instrumentos de propaganda política. Ahora las cosas pueden cambiar. TVE está dirigida por una catedrática de Universidad y durante estos meses se debate en el Congreso de los Diputados de Madrid una ley de Reforma de la Radio Televisión Pública, que pretende salvaguardar la independencia de este medio de comunicación, para que deje de servir al gobierno de turno.

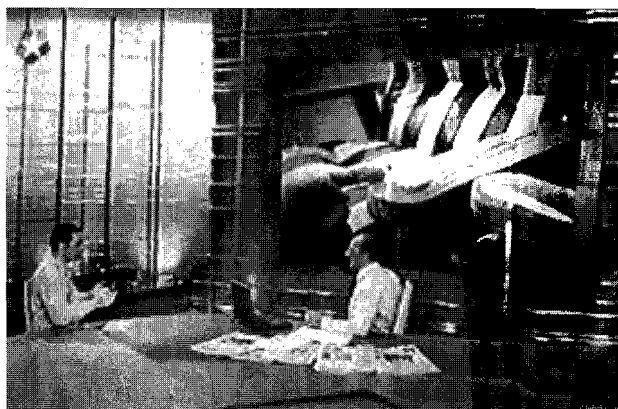
De momento, las televisiones autonómicas no están sujetas a esta ley, por lo que será difícil blindarlas de las injerencias del poder. Como ejemplo de lo que sucede en las autonómicas, hay que decir que en la primera emisión de los informativos de IB3 no se oyó ninguna voz representativa de los partidos de la oposición, solo aparecieron políticos del PP, la



Contacto con la fuente en la calle

formación de centro derecha que gobierna en Baleares. Los enfrentamientos entre el PP y la oposición son constantes en el Parlamento regional balear. El PSOE, por ejemplo, ha acusado a IB3 de ser una "televisión gubernamental". Una acusación rechazada por sus directivos que han definido esta emisora como "plural".

Los informativos de TVE, los Telediarios, han estado controlados políticamente no solo durante la Dictadura de Franco, sino también durante la Democracia (1975-2005). Los archivos audiovisuales son la prueba de lo que se afirma. En los años de mandato socialista (1982-1996), los Telediarios fueron el altavoz del gobierno, sobre todo cuando se produjeron escándalos, como el de la guerra sucia contra ETA. Lo mismo sucedió con la llegada del PP al poder (1996-2004). Los informativos de la tele pública siguieron a rajatabla las consignas gubernamentales en casos como la Guerra de Irak. El Parlamento Europeo condenó la política informativa de



..... o en el estudio

la cadena pública y un auto judicial condenó a la dirección de informativos por el tratamiento que se le dio a una huelga general convocada contra el gobierno del PP. Hay muchas más pruebas en España de que los gobiernos consideran que los medios de comunicación públicos son de su propiedad y se extienden, en mayor o menor medida, a todas las emisoras, desde TVE al Canal 9, pasando por Euskal Telebista o Telemadrid, la Televisión de Galicia o el Canal Sur.

No se ha asumido todavía la cultura moral y ética de que los medios públicos son de los ciudadanos y no de los gobernantes. Falta mucho camino por recorrer para lograr que los medios públicos sean verdaderamente libres y no un instrumento propagandístico usado para conseguir un rédito político inmediato. En los próximos años se podrá comprobar si la ley que ahora se debate en el Congreso de los Diputados consiga que la información que emitan las televisiones públicas sea veraz, democrática, libre y plural. ☪

* 1 euro: US\$ 1,21 (cambio a 10 de enero de 2006)

LAS TELEVISORAS AUTONÓMICAS ESPAÑOLAS

- Euskal Telebista ETB. Empezó a emitir el 31 de diciembre de 1982.
- Televisió de Catalunya TV3. Nacida el 11 de septiembre de 1983.
- Televisión de Galicia TVG. Inició sus emisiones en 1985.
- Televisió Valenciana Canal 9. Inició sus emisiones en 1989.
- Televisión de Andalucía Canal Sur. Fundada el 28 de febrero de 1989.
- Televisión de Madrid Telemadrid. Nacida el 2 de mayo de 1989.
- Televisión de Canarias. Nacida el 21 de agosto de 1999.
- Televisión de Castilla La Mancha. El 13 de diciembre de 2001 salía al aire el primer programa de Castilla - La Mancha Televisión.
- Televisió de les Illes Balears IB3. Sus emisiones inaugurales fueron el 1 de marzo de 2005.