

Carta a nuestros lectores

El referendo revocatorio, al que los venezolanos fueron convocados en agosto para decidir sobre la permanencia del Presidente Hugo Chávez Frías, polarizó a Venezuela y a los medios de comunicación social, que se convirtieron en parte del problema. Chasqui encargó el análisis del tema al venezolano Andrés Cañizález, quien escribió desde Caracas, y al mexicano Octavio Islas, que lo hizo desde México, Distrito Federal.

Eduardo Galeano, ilustre amigo de Chasqui, tras ser testigo de la jornada del 15 de agosto en Caracas, escribió un comentario que reproducimos por su originalidad.

Al acercarse la celebración del cuadragésimo quinto aniversario de la fundación del CIESPAL por la UNESCO y el Gobierno del Ecuador, el periodista colombiano Humberto López López reflexiona, desde Medellín, sobre la tarea cumplida y el aporte entregado a la región, por este Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina.

En este número examinamos, respondiendo a un interés dominante en la opinión pública mundial, el tratamiento que los medios de comunicación han dado a la violación sistemática de los derechos humanos en la cárcel iraquí de Abu Ghraib, a la reciente boda de los príncipes de Asturias, al abordaje mediático de los problemas ambientales y a las consecuencias que la matanza del 11 de marzo del 2004 en Madrid ocasionaron a los inmigrantes, en especial a los latinoamericanos.

Pasamos revista también a la difícil relación que mantienen en México el poder político y los medios, tras el largo predominio del unipartidismo del PRI; a los retos -sobre todo tecnológicos- que afronta la British Broadcasting Company (BBC) en Inglaterra; al muy singular *modus vivendi* que la telenovela latinoamericana mantiene en los países que estuvieron detrás de la llamada Cortina de Hierro y a la nueva realidad -por muchos aún ignorada- de la televisión digital o la televisión del futuro.

CHASQUI

Revista Latinoamericana de Comunicación **Chasqui**

N° 87 Septiembre 2004

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

Consejo de Administración del CIESPAL

Presidente, Víctor Hugo Olalla,

Universidad Central del Ecuador

Patricio Zuquilanda D.,

Ministerio de Relaciones Exteriores

Roberto Passailaigue,

Ministerio de Educación y Cultura

Juan Centurión,

Universidad de Guayaquil

Carlos María Ocampos,

Organización de Estados Americanos

Gustavo López Ospina,

Consejero Regional de la UNESCO

Iván Abad, FENAPE

Héctor Espín, UNP

Rodrigo Pineda, AER

Asistente de edición

Jorge Aguirre

Corrección y estilo

Manuel Mesa

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

<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.comunica.org/chasqui

weblog: www.revistachasqui.blogspot.com

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 del CIESPAL.

Todos los derechos reservados.

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



Contenido

Portada

- 4 **La prensa en el referendo venezolano**
Andrés Cañizález
- 13 **Entre Venezuela y Nadalandia**
Eduardo Galeano
- 14 **Cronología del referendo venezolano**
Octavio Islas

Opinión

- 22 **La gran rectoría del Ciespal**
Humberto López López

Ensayos

- 26 **Abu Ghraib: Periodismo de investigación**
María Helena Barrera-Agarwal
- 32 **Una real boda mediática**
Juan Varela
- 38 **El tratamiento de la información ambiental:
Los retos del periodismo ecológico**
José Antonio Alcoceba Hernando
- 46 **La inmigración: Víctimas y victimarios en el 11-M**
Jéssica Retis
- COMUNICACIÓN POLÍTICA*
- 54 **México: Todo se ve, todo se escucha**
Juliana Fregoso - Felipe Gaytán
- RADIO*
- 60 **El reto tecnológico de la BBC**
Jairo Lugo
- TELEVISIÓN*
- 66 **Europa del Este en romance con la telenovela latinoamericana**
Ramón Salgueiro
- INFORMÁTICA*
- 72 **Televisión digital y nueva televidencia**
Carlos Cortés
- LENGUAJE*
- 78 **Errores comunes en el lenguaje periodístico:
Verbo, belleza y política**
Juan M. Rodríguez

80 **Periscopio tecnológico**

86 **Bibliografía sobre comunicación**

92 **Actividades del CIESPAL**



El reto tecnológico de la BBC

logrado sobrevivir exitosamente a la ola de privatizaciones, fusiones y competencia feroz que ha caracterizado al mercado de las telecomunicaciones y medios en los últimos años, enfrenta un nuevo y mucho más serio reto, el de las nuevas tecnologías.

Hasta ahora la BBC ha operado a través de un modelo de pago de licencia televisiva, en el cual los ciudadanos británicos financian por vía de un impuesto directo las actividades de la corporación, impuesto con el que se subsidia las operaciones de dos canales terrestres, cinco canales digitales, un sinnúmero de estaciones de radio, servicios de noticias de 24 horas, un servicio de monitoreo de medios extranjeros, revistas y otras publicaciones, y un brazo comercial que mercadea a nivel mundial sus producciones y servicios. Un esquema que resulta paradójicamente contradictorio con los postulados neoliberales que han dominado el discurso político de la tierra de Lady Thatcher en los últimos años.

■
Jairo Lugo

La British Broadcast Corporation (BBC) ha sido el modelo por referencia de radio y televisión de servicio público a nivel mundial. No sólo representa el caso más exitoso de prestación de servicio público audiovisual, sino que, como corporación gubernamental financiada por los contribuyentes británicos, compite de tú a tú con las mayores cadenas comerciales del planeta. Sin embargo, este gigante de la comunicación, que hasta ahora ha

■ **Jairo Lugo**, venezolano, periodista, licenciado en Comunicación Social por la Universidad del Zulia, Venezuela, postgrado en las Universidades de Lancaster y Sussex (Reino Unido), profesor titular de Periodismo en la Universidad de Stirling, Escocia.

■ Correo-e: jairo.lugo@stir.ac.uk

La BBC luce pues como un dinosaurio, aún fuerte y activo, pero operando en un ambiente cada vez más reticente a aceptar la participación de empresas gubernamentales en sectores como las telecomunicaciones y los medios. De hecho, existen dos solicitudes en contra de la BBC por competencia desleal, una ante la Unión Europea y otra ante la Organización Mundial del Comercio (OMC). En ambos casos el argumento es el mismo: los gobiernos no deberían usar dineros públicos para financiar servicios de radio y televisión que compitan con el sector privado; muy similar por cierto al que se esgrimió durante los noventa para limitar la ayuda económica de los gobiernos a las aerolíneas pertenecientes al Estado.

La BBC, sin embargo, ha logrado capear el temporal y parece poco probable que al menos ante la Unión Europea la solicitud prospere. Para la corporación, ésta tampoco es una batalla nueva, ya que en los noventa debió soportar la arremetida del Thatcherismo que con el famoso *Peacock Report* de 1986 clamaba por la eliminación de la licencia de televisión y que intentó en vano decretar así la muerte de la corporación, tal y como la conocemos hoy en día. La mayoría de los analistas en el Reino Unido tampoco cree que habrá mayores obstáculos para que la BBC logre la renovación de su licencia de transmisión en el 2006,



Tres generaciones al frente de la BBC

La BBC enfrenta un nuevo y mucho más serio reto, el de las nuevas tecnologías

a pesar de la catástrofe que representó para ella los resultados del Reporte Hutton, el cual provocó la renuncia de su presidente ejecutivo Gavyn Davies y de su director general Greg Dyke.

El problema, sin embargo, es que el verdadero reto de la BBC no viene directamente de sus enemigos tradicionales, es decir de la derecha neoliberal y de las corporaciones privadas, sino de una fuerza discursiva mucho más poderosa y tangible, las nuevas tecnologías digitales y satelitales.

Un nuevo medio para la BBC

Después de un intenso debate y acalorada oposición de diferentes grupos, fue aprobada en el 2003 por el Parlamento británico la nueva legislación que regula las telecomunicaciones y los medios en el país, la cual en muchos sentidos emula la nueva ley de telecomunicaciones y medios, aprobada en los Estados Unidos en 1995. La nueva ley es substancialmente diferente a las legislaciones anteriores, en el sentido de que su prioridad no es garantizar un servicio público de calidad para



Estudio de grabación de la BBC

los ciudadanos sino “convertir al Reino Unido en el epicentro de la revolución digital mundial atrayendo capitales y promoviendo la creación de nuevos medios”. Es decir, una ley que promueve el mercado por encima de la función de servicio público de los espectros radioeléctricos.

La nueva ley, además, centraliza las funciones supervisoras en un solo ente, OFCOM, el cual vela tanto por los medios de comunicación audiovisuales como por la actuación de las empresas de telecomunicaciones, Internet y telefonía celular. Adicionalmente, flexibiliza la propiedad de medios, lo cual ya ha permitido el inicio de grandes fusiones y deja en manos de los dueños de medios la auto-regulación de contenidos.

La nueva ley está fundamentada en los cambios tecnológicos, especialmente en la revolución digital. Para los legisladores que la promovieron y apoyaron, la ley responde a las nuevas condiciones creadas por el surgimiento de las nuevas tecnologías de la información y comunicación, caracterizadas por la digitalización y convergencia de plataformas. La idea es que la radio y la televisión en Gran Bretaña pasen a ser totalmente digitales, con fecha límite del 2010, cuando el 95 por ciento de los hogares británicos tenga televisión digital, aunque para ello se deba subsidiar la provisión de aparatos de televisión con el producto de la venta de los espectros

terrestres, (que serían presumiblemente vendidos a empresas de telefonía y comunicaciones) ya que los actuales canales terrestres pasarían a transmitir enteramente vía digital.

Los críticos son, en cambio, mucho más cautelosos y han manifestado su preocupación con respecto a la nueva ley porque, fundamentalmente, socava los principios de servicio público. El periodista John Pilger ha llamado a la nueva ley “la cuna de un Big Brother” y ha dicho que “representa el mayor peligro para la pluralidad de opiniones y un decreto seguro de muerte para la televisión y radio de servicio público”. Otros especialistas han unido sus voces al coro de escepticismo y cuestionado incluso las motivaciones de los legisladores, a quienes acusan de haber aprobado la ley para satisfacer al poderoso magnate australiano Rupert Murdoch, quien así podrá incrementar la presencia de su emporio *News Corporation* en el Reino Unido y consolidar el monopolio satelital de su empresa Sky. Críticos, como el profesor Robert McChesney, sostiene que la nueva ley es el pago que los laboristas tuvieron que hacer como compensación por el apoyo recibido del poderoso tabloide *The Sun* y del también influyente estándar *The Times*, ambos propiedad de Murdoch. Los críticos argumentan que llevar la BBC completamente al plano digital es poner su futuro en manos de la única operadora satelital del país, la empresa Sky, de Murdoch.



Acceso digital de la radio

*La BBC luce como
un dinosaurio,
aún fuerte y activo,
pero operando
en un ambiente cada
vez más reticente
a aceptar la
participación*



La consola central de la radio internacional

Tecnología de dominación

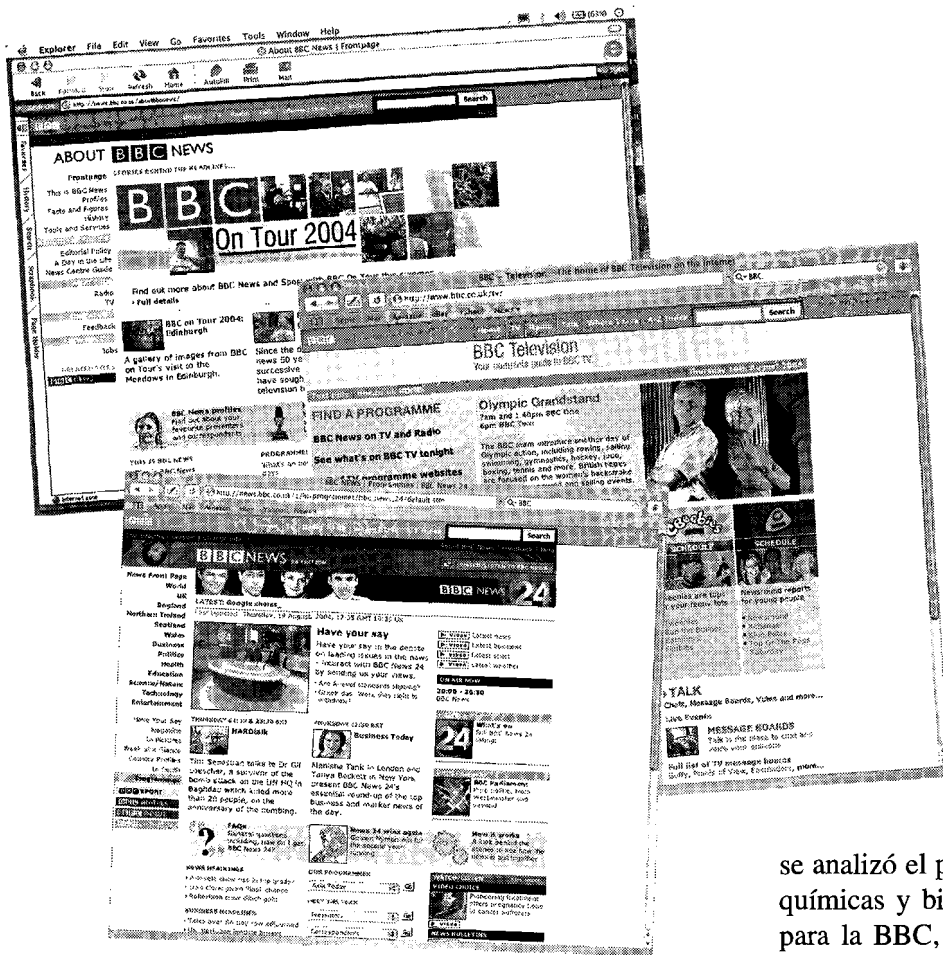
Sin embargo, el problema para la BBC no es tanto la nueva ley sino las tecnologías sobre las cuales se fundamenta la ley. Lo cierto es que ya antes de la aprobación de la ley, la BBC enfrentaba unas condiciones muy diferentes que están reconfigurando el espectro mediático en el Reino Unido y que desde hace más de 10 años están poniendo en aprietos a la corporación pública.

En primer lugar, la BBC ya ha pasado a ser de facto un proveedor de contenido, perdiendo su independencia de transmisión. Hoy por hoy, más del 50 por ciento de los hogares británicos reciben televisión satelital o por cable, por lo que la BBC debe pagar tanto a Sky -quien posee el monopolio legal satelital- como a otras empresas de cable por *transmitir* lo que debería ser un servicio público universalmente accesible. La nueva ley solo confirma lo que ya estaba sucediendo y, peor aún, no hace provisión alguna para garantizar acceso gratuito de los ciudadanos a televisión y radio de servicio público.

En segundo lugar, la introducción de tecnologías digitales y satelitales ha permitido el surgimiento de una multiplicidad de canales de bajo costo, provocando, consecuentemente, una fragmentación de las audiencias. Esto, por supuesto, aliena al ciudadano que paga la licencia de televisión, ya que debe cancelar no solo su licencia de televisión, sino además el servicio de televisión por satélite o cable. Estadísticas oficiales señalan ahora que la evasión fiscal, en relación a este impuesto, se ha más que duplicado en los últimos diez años.

La BBC responde

La *tia abuela*, como se conoce entre los círculos cercanos a la BBC, no se ha quedado de brazos cruzados. Bajo la dirección de Greg Dyke, la corporación lanzó nuevos canales digitales, tanto de radio como televisión, para nichos de mercado específicos. Niños, jóvenes y minorías tienen ahora sus propios canales, mientras que la página web se ha convertido en una de las más visitadas del mundo. Dyke incluso anunció que los contenidos históricos



BBC de libre acceso en la Internet

La BBC ha pasado a ser, de facto, un proveedor de contenidos perdiendo su independencia de transmisión

de la BBC (que incluyen más de 300 mil programas de radio y televisión) se pondrían gratuitamente al acceso de todos en la red. La idea era competir en la era digital ofreciendo a la gente acceso gratis y universal. Una idea no muy bien vista por las corporaciones privadas, pero que de concretarse imprimiría una nueva lógica al mundo digital, ya que la comercialización de otros contenidos no sería sostenible en el tiempo. Pero esta oportunidad histórica se ha perdido ahora para siempre.

El Reporte Hutton, en el cual se analizó el presunto suicidio del experto en armas químicas y biológicas David Nelly, fue devastador para la BBC, al encontrar que las acusaciones hechas en el programa Today de Radio 4 por el periodista Andrew Gilligan fueron infundadas (aunque las armas de destrucción masiva en Irak siguen sin aparecer). La renuncia de Greg Dyke y Gavyn Davies, que habían apoyado en primera instancia la versión de Gilligan, no se hizo esperar y la corporación se vio no solo humillada sino además defenestrada.

El nuevo presidente ejecutivo de la BBC, Michael Grade, ahora busca un nuevo director ejecutivo para -como el mismo ha comentado- "continuar la loable labor de la corporación y llevarla exitosamente a la era digital". Grade, de hecho, ha sido recibido muy calurosamente, tanto por el personal de la BBC como por mucho de quienes apoyan la corporación. El problema es que Grade ya ha detenido los planes de Dyke de colocar todo el contenido histórico digital de forma gratuita en la red y ha ordenado revisar las operaciones de los nuevos canales digitales, a los cuales no descarta cerrar si no se justifican. Un mal comienzo para lo que debería ser una nueva era para la corporación. ❁

¿Qué mismo ocurre con la BBC?

El 9 de septiembre, la BBC desmintió al Financial Times que anunció la víspera la puesta en venta de BBC Worldwide, la división comercial internacional del grupo británico, asegurando que se invitó a Time Warner, Bertelsmann y Walt Disney a presentar ofertas para hacerse con la filial.

El jefe de prensa del ente público, Donald Steel, confirmó que se han mantenido conversaciones con los tres consorcios mediáticos, aunque no estuvieron centradas en esa venta. Steel negó que los tres grupos hayan sido "invitados para discutir posibles ofertas", como aseguró Financial Times, y aclaró que se trata de consultas enmarcadas en el actual proceso de revisión de BBC Worldwide.

"Estamos dialogando con gente, incluidas esas compañías, pero no solo hay empresas. Estamos haciendo consultas. Eso no significa sacar un negocio a la venta", explicó Steel. En un comunicado, la BBC insistió en que "estamos hablando con todos los que pueden hacer una contribución o que tienen una visión sobre nuestras operaciones comerciales, y les estamos muy agradecidos por su ayuda".

La versión del director general

En entrevista con The Guardian, el director general de la cadena, Mark Thompson, reconoció que planea una reestructuración de los distintos servicios, aunque negó que vaya a venderlos en bloque. Entre los productos que podrían cambiar de manos estarían BBC América y BBC Prime, las versiones del canal británico que se emiten en los Estados Unidos y en otros 100 países de todo el mundo, respectivamente.

El objetivo de esta liquidación sería acumular fondos de cara a la renovación del convenio con el Gobierno británico en 2006, lo que le permitiría financiar mejoras en sus servicios públicos. "Durante los diez próximos años vamos a necesitar amasar dinero para poder crear programas sensacionales", declaró Thompson.

El domingo 12 de septiembre, hablando en el programa Breakfast with Frost transmitido por BBC1, Thompson dijo que aunque descarta que BBC World Service esté en

venta, "sí existe un esfuerzo por explorar nuevas opciones comerciales y (lograr) la racionalización del servicio".

Lo que es BBC Worldwide

BBC Worldwide se creó en 1994 para coordinar las actividades comerciales de la BBC en todos sus medios. Para el ejercicio 2003-2004, logró ingresos por 986 millones de dólares, paradójicamente casi el mismo monto por el cual, supuestamente, se le quiere vender. La ganancia declarada, antes de intereses e impuestos, fue de 37 millones de dólares y el flujo de caja aumentó en 14 por ciento para ese año para un total de 212 millones de dólares.

Según Financial Times, la venta, además de los canales BBC America y BBC Prime, incluiría a 26 revistas, operaciones de mercadotecnia y la división de ventas internacionales del grupo.

BBC ha solicitado a Deutsche Bank, Rothschild, Morgan Stanley y CIBC que realicen una revisión de las actividades de BBC Worldwide, en un proceso que se cerrará a finales del año.

Decisión histórica

Recientemente, la BBC tomó la decisión histórica de suspender en los Estados Unidos las emisiones en onda corta de su servicio mundial, alegando que los oyentes ya las escuchan por Internet y, por lo tanto, éstas han quedado desfasadas.

Con el traslado de sus emisiones de onda corta a la Red la BBC se ahorró los 700 mil dólares que le que cuesta cada año rebotar su señal a los Estados Unidos. El millón y medio de radioyentes de las señales de onda corta en este país tendrán que ir a la página web de la cadena para escuchar la programación.

Como argumento de peso para convertir a los Estados Unidos en el primer país sin BBC hertziana, la cadena de radio británica destacó la gran penetración de Internet entre los radioyentes del país, estimados en 45 millones que para dentro de dos años podrían ser 70 millones. ●