

Teoría

2. Asignatura

Trabajo de investigación

Contenido:

- Dimensiones políticas, económicas...
- Comunicación de masas
- Fundamentos de la comunicación
- Diferencias entre comunicación de masas y comunicación humana
- Repaso al siglo XX– distintas formas que los regímenes políticos han dado a la comunicación.
- Hábito de la prensa – evolución / tipología de prensa
- Modelos de implantación de la radio
- Publicidad (comercial) / Propaganda (política e ideológica)

Cuestionario de actualidad – lo explicado en clase/ fuera de clase 3. Examen

+ Temas durante el curso

Trabajo entre 10 personas – 1ª entrega Lunes 01 Octubre 01

2ª entrega Miércoles 31 Octubre 01

3ª entrega Miércoles 5 Diciembre 01

4ª entrega Miércoles 9 Enero 02

Análisis comparativo

- Portada (1 página)
- Sumario (2/3 páginas)
- Introducción (10 páginas)
- Cuerpo (50 páginas)
- Conclusión (3/4 páginas)
- Fuentes – bibliografía / otras fuentes (sitios de Internet...)- 50 referencias
- Anexo (independiente)

Contenido del trabajo: análisis comparativo entre dos medios comunicativos. Formato académico o periodístico (prensa, radio y televisión)

- Sistemas mediáticos de dos comarcas catalanas
- de dos ciudades catalanas
- de dos barrios catalanes
- importantes a nivel nacional (emisoras de radio/ canales TV/ dos diarios o revistas)

Investigación de carácter sociológico; a tener en cuenta dos ejes: espacial y temporal.

4. Dos libros de metodología de investigación para el trabajo:

- Eco, Humberto (1998), *Cómo se hace una tesis* Buenos Aires, Gedisa 267 p.
- Izuzquiza, Ignacio (1986), *Guía para el estudio de la Filosofía: referencias y métodos* BCN, Antrophos 250 p.

ESTRUCTURA DE LA COMUNICACIÓN DE MASSES

Artículos

Conflicto USA – Afganistán

Cadena TV Afgana– Al Yazira

Lleva 5 años.

Cadena estratégica, la única que tiene periodistas en Afganistán en estos momentos. La CNN tiene prioridad sobre las imágenes que produce esta cadena.

El fenómeno de cadena todo noticias surgió con la CNN– cadenas por cable: CHANNEL NEW NETWORKS, cuyo fundador fue Ted Turner. Se la vendió hace 4/5 años al grupo de comunicación más grande del mundo: America Online TimeWarner Turner.

Nadie confiaba en que este fenómeno tuviera éxito, porque en principio, las noticias internacionales interesa poco a los americanos.

Desde que se creó, han surgido muchos competidores externos e internos:

- Fox de News Corporation
- NBC de General Electric (grandes subministradores de imagen para TV de todo el mundo)

En Europa se creó:

- Euronews
- Una cadena alemana que fundó una cadena conjunta con la CNN
- En Inglaterra– BBC World

El sudeste asiático fundó su TV pública NHK

Los hispanos– Méjico crearon la cadena ECO– dirigida al mundo hispano. Se cerró por conflictos internos. La CNN lanzó una serie de noticieros en español.

En España se creó el canal 24 horas– C24H– propio canal de noticias de TVE. En el mercado interior– CNN + (CNN español & Canal + español = CNN +)

Cierto cambio que se está produciendo en el campo comunicativo español...

PP llega al poder– quiere crear gran grupo comunicativo propio frente al grupo PRISA (que había apoyado PSOE). El PP también tenía y tiene:

- Diario ABC
- Diario El Mundo– dirigido por Pedro J. Martínez, que siempre atacaba a Felipe González y su partido.

Pedro J. Martínez vivió el caso WaterGate , caso que vio la luz en el Washington Post e hizo caer al presidente Nixon.

En el año 1996 se produce la derrota del PSOE, cae la presidencia de Felipe González.

En El Mundo se trató el caso de los Gaal...

Diarios que forman la opinión pública– El País, ABC, El Mundo..

En Cataluña– La Vanguardia

Se producen cambios en:

- ABC: entrada del grupo Correo, grupo españolista muy desideologizado
- El Mundo: actual cambio en la orientación ideológica, alejamiento de Aznar

(Pedro J. Martínez se reorienta hacia Zapatero (PSOE), publica su biografía).

Esto ha confirmado algo que viene de hace tiempo: la prensa española está en

manos de forasteros: grupos de la periferia / grupos extranjeros.

GRUPO PRISA: El País, As y 5 días

GRUPO RIZZOLI (Fiat) + GRUPO PEARSON (Telefónica): El Mundo

Marca y Expansión

VOZ– GRUPO CORREO: ABC (Gaceta)

Diario 16

ESTRUCTURA DE LA COMUNICACIÓ DE MASSES– TREBALL

Titular del trabajo– título académico

Coordenadas espaciales y temporales a tener en cuenta.

Ej.: Historia económica de Cataluña en el siglo XX– Análisis diacrónico, que veamos los cambios en lo que nosotros estamos comparando.

Fuentes del trabajo

Bibliotecas– libros

Hemerotecas– revistas

Centros especializados– Col.legi de periodistes de Catalunya

A destacar dos anuarios (que tienen que aparecer en las bibliografías de todos los trabajos):

- *Anuario Español. B. DÍAZ NOSTY– Grupo Zeta*

- *Anuario de Cataluña. COROMINAS– Incom*

Correspondencia entre el título– sumario– introducción y el resto de partes del trabajo!!!

El título es muy significativo– aguanta toda la investigación

De él salen muchas ramas– Estructura arbórea.

El sumario adquiere la estructura arbórea que se inicia desde la frase inicial (el título) y se extiende, se desarrollará a lo largo de la investigación.

Según Humberto Eco: Un buen título ya es un buen proyecto de investigación.

El sumario es un esquema, un plano para guiarnos. En él encontramos:

Introducción

- Sección

1. Capítulo

- Sección

2. Capítulo Cuerpo

Título 3. Capítulo

4. Conclusiones

5. Fuentes

6. Anexo

Introducción: comentario analítico del sumario. Contexto literario de unas 10 páginas EXPLICAR

- Definir el objeto de estudio– explicar que queremos estudiar y cómo lo vamos a estudiar
- Contextualizar y presentar nuestros actores (Emisoras de radio)
- Hacer referencia a las investigaciones preferentes
- Explicar el contenido que se encontrará el lector en los diferentes capítulos del cuerpo
- Justificar el porqué del tema elegido para la investigación
- Cómo hemos procedido en la investigación

Esquema de la Introducción

- Explicar el tema– Qué y Cómo
- Estudios anteriores
- Nuestra propuesta
- Fuentes consultadas
- Metodología empleada
- División del trabajo

ESTRUCTURA DE LA COMUNICACIÓN DE MASSES

Artículos

- **La publicidad está en crisis– recesión económica provocada por los atentados del**

11 de Septiembre.

Los que invierten en publicidad anunciantes– grandes empresas. A través de quien invierten son las agencias de publicidad (sector totalmente dominado por las multinacionales, sobre todo americanas).

La agencia más importante: Mc Cann– Ericsson

Las agencias invierten los anuncios en los medios de comunicación: prensa, TV y radio

Los principales soportes

- TV: TVE/ Antena3/ Tele5
- Radio: Cadena Ser
- Prensa– revista– Hola
- diarios– El País/ ABC/ El Mundo/ La Vanguardia

Otros medios– tarjetas de metro... conciertos..

La prensa podría llegar a perder el 40% de los ingresos del 2000

- **Otro sector muy controlado por USA– CINE**

El 80% de la taquilla en España, está controlado por USA. La cuota de pantalla

española ha llegado al 15% frente al 8% de años anteriores. A finales de año podría llegar al 20% pero no por productos realmente españoles (Los otros de Amenábar).

CINESA, gran empresa norteamericana dedicada a la exhibición de películas en su mayoría norteamericanas. Pero sus ingresos más que por taquilla, son por la venta de palomitas y bebida..

Está controlada por dos productoras– PARAOMUNT (Viacom– dueños de Blockbuster y MTV)/ UNIVERSAL (Vivendi).

- **La Prensa**

Un diario International Herald Trivium, diario norteamericano que se edita en Europa– París.

Sus propietarios son dos grandes diarios norteamericanos de la costa este:

- New York Times

democráticos

- Washington Post

Es el diario más transnacionalizado del mundo– global por excelencia. Se vende en 180 países. Distintas ediciones que se hacen a través de los satélites con varias sedes de impresión en el planeta. Tiene un millón de

lectores, de 6 millones de habitantes, pero es destacable porque resultan ser los que gobiernan el mundo. Por eso, este diario ejerce una influencia tremenda porque es leído por las élites del mundo.

Ha hecho un pacto con El País– Hace 8 páginas especiales en inglés que el IHT distribuye por todo el mundo.

PUNTO 3 DEL TRABAJO

– Fecha fundación:

La Ser

Onda Cero

- **Tipo de propiedades**

- **Audiencia:** mide personas (esto lo mide el EGM: Estudio General de Medios,

controlado por AIMC– anunciantes/ agencias/ medios).

Esta gente controla el mayor banco de datos en España sobre los españoles como consumidores. Es una información estratégica y no toda se subministra al público, sólo a quien paga por ella: El Corte inglés, el grupo PRISA...

* CIS– Centro de Investigación Sociológica– anterior directora Pilar del Castillo, actual Ministra de Educación y Cultura.

Trata el ámbito de la opinión pública propaganda.. de aspectos políticos e ideológicos.

Ambos nacieron en los años 60.

* Otra fuente SOFRES, utiliza audímetros y sabe quien y que ve la gente.

- **Datos de difusión** = Prensa. (OJD– Oficina de Justificación de la Difusión)

- **Cobertura geográfica**

- **Facturación**– dinero que le entra al medio.

Ej.: La radio privada– una vía– publicidad

La radio pública– dos vías– publicidad y soporte del gobierno

Esto lo estudia la GUÍA DE LOS MEDIOS y INFOADEX.

- **Personal**

- **Contenido**– según el medio que sea.. medios audiovisuales: programación y publicidad

- **Infraestructura**

5º gran problema– Las aportaciones de los investigadores:

- Después de la II Guerra Mundial
- Años `60
- Actualidad
- Paradigma funcionalista de Laswell– modelo que se generalizará. La preocupación de

los funcionalistas era estudiar el papel/ la función y fines de los medios en la sociedad. Les preocupaba esencialmente la influencia de los medios sobre la sociedad (que los mensajes que estos daban pudiesen cambiar la orientación de la mentalidad de la población). En aquella época, los estudios se centraban en el análisis a corto plazo– una muestra de población se sometía a un análisis antes y después del fenómeno (campana política– electoral, campana publicitaria...). Se llegó a la conclusión, después de muchos estudios, que los medios ejercían poca influencia , es decir, era una influencia indirecta sobre la sociedad, una influencia relativizada por una serie de factores intermediarios.

Emisores Medios Audiencias

Factores intermediarios que se daban entre los medios y las audiencias:

- Pertenencia a grupos sociales determinados: clases sociales, etnias, religiones...
 - Condiciones de recepción de los mensajes
 - Existencia de líderes de opinión de grupos primarios (no líderes mediáticos como los actuales): padre de familia, líder estudiantil, líder sindical... Porque estaban más expuestos a los medios.
- Se pasa a pensar que los medios sí tenían una influencia mayor, después de nuevos

tipos de análisis. Este cambio se debió a la hegemonía que pasó a tener la TV. (en USA, una década más tarde en Europa y América Latina). Además se realizó otro tipo de investigación y ya no sólo análisis a largo plazo sino también a largo plazo. A lo largo de los años se comprueba que la gente recibe una influencia muy importante de los medios.

- En la actualidad, se ha complicado el asunto porque se han desarrollado mucho los

análisis que se centran en las audiencias, vistas desde cualquier perspectiva (sociológica, cuantitativa, cualitativa...). Además se tiene muy en cuenta el contexto social porque los medios serán de una manera u otra según dicho contexto.

El paradigma de Loswell sigue pero en diferentes perspectivas de análisis:

- Perspectiva generalista: Berger, Chaffee, De Fleur, Mc Qual...

De tipo global. Se ocupa de los fenómenos comunicativos en su globalidad, en su diversidad y en su conjunto.

- Perspectiva de confrontación de teorías:

Comunicación política: Nimmo, Sanders

Efectos comunicativos: Bryant, Zillman

Comunicación Internacional: Mowlana, Schiller

Economía política de la comunicación: Mattelart, Williams, Golding

Corrientes especializadas. Especialización debida al crecimiento exponencial de los medios de la época contemporánea.

En resumen, en la actualidad....

- Instituciones emisoras

- Productos culturales
- Acción medios: comunicación social y comunicación internacional. El papel de los medios, como nos sirven para situar nuestro papel en la sociedad y establecer relaciones internacionales.
- Canales y formas de comunicación. Gran diversidad debido a la multiplicación geométrica que se produce de los canales de comunicación.
- Efectos sobre las audiencias.
- Condicionantes: tecnológicos, jurídicos, económicos, políticos.. en el marco social, cultural, políticos en el que se desenvuelven los medios de comunicación y las industrias culturales porque determinan mucho como serán los medios de nuestra sociedad.

ARTÍCULOS

Informaciones que tienen que ver con el mundo audiovisual: en EEUU, España y

Cataluña...

1.- Información que se refiere a Tele5:

- KIRCH 25 % . Grupo alemán muy potente de Europa, que tiene los derechos de visionado de las películas norteamericanas en Europa.
- CORREO 25%
- MEDIASET 40%
- ICEFINANCE 10%

KIRCH quiere vender sus acciones de Tele5 para centrarse en el mercado alemán.

CORREO y MEDIASET pelean por comprar ese 25% pero ninguno de los dos puede tenerlo en su totalidad porque sobrepasarían el 49% establecido por la ley. ICEFINANCE (grupo holandés) querría quedarse con toda la parte de KIRCH porque puede y así tendría más influencia en la cadena.

2.- Tres encuentros en Cannes muy importantes en el mundo que corresponden a tres industrias:

- Festival de cine
- MIPCOM encuentro anual para la compra- venta TV.
- MIDEM encuentro anual para la compra- venta de música.

Por la guerra, no han ido al Festival de Cannes, los principales productores de cine de

EEUU ni los principales productores de programas televisivos al MIPCOM. También han faltado actores americanos y europeos. No han faltado, en cambio, actores españoles, dada la actual revalorización del cine español.

UE- el principal cliente de EEUU. Por tanto, en UE se focalizan las producciones norteamericanas (En América Latina también). En Europa, es en zonas como Italia,

Alemania, España... en esta última por la diversidad de canales que existen y que por tanto, hay que alimentar con producto que se consigue en dichos encuentros. Sobre todo dado que dentro de España, Cataluña es el mayor consumidor, va al MIPCOM a comprar. A diferencia de Madrid que es el mayor productor claramente diferenciado al resto de España.

3.- Noticia de Hollywood. Se ha producido un problema muy grave de exceso de stock, hay demasiadas películas que no se pueden estrenar. No tienen fechas en el calendario para estrenarlas y que en un tiempo

prudencial se amorticen entre película y película. Y otro motivo son los sucesos del 11 de Septiembre. No se pueden estrenar aquellas películas q no se consideren políticamente correctas porque el propio público puede no estar de acuerdo con las imágenes.

Tantas películas es debido a una huelga que se iba a celebrar– conflicto en la primera mitad del 2001 entre los grandes emisores– estudios de cine y los trabajadores de esa industria, en cuanto al cobro de la comercialización de los productos.

- Emisores, cobran muchas veces

Salas de cine video TV de pago TV abierto

- Guionistas, otros trabajadores, cobran sólo una vez.

Al final no se produjo la huelga porque llegaron a un acuerdo pero ha condicionado la producción.

4.– Mejora de la producción de las películas españolas del 8% al 20%.

Por dos causas:

- Películas taquilleras como Torrente 2 y Los otros, esta última con un presupuesto de 3500 millones de pesetas.
- Falta de superproducciones norteamericanas.

Perspectiva interpretativa: Analiza la función de los medios como mediadores en la interpretación de la realidad. No fue muy importante. Modelan nuestro conocimiento social. La concepción que tenemos del mundo viene condicionada por los mensajes de los medios de comunicación. Centran su interés en las organizaciones internas de los medios. Se dedicaban también al estudio del proceso de producción de contenidos (informativos, publicitarios de ficción). Ha de haber una correspondencia entre las audiencias (como la audiencia desglosa la información que reciben los medios de comunicación?).

Perspectiva marxista: Época de esplendor, años 60 y 70, sobre todo en Francia., Italia y Reino Unido. Es una perspectiva crítica, antisistema de los países capitalistas. No hicieron estudios en países comunistas. Analizaban el papel de los medios como productores de ideologías; no cualquier ideología sino dominante (ideología de los que mandan). Reproducción de las relaciones sociales de producción Reproducción ideológica.

Bienes de producción maquinarias, artefacto que nos permite producir. Los capitalistas son los propietarios de los bienes de producción. Se les llama burgueses, frente a ellos está el proletariado (venden su fuerza de trabajo, tanto físico como intelectual). A cambio de la venta de su fuerza los burgueses les dan un salario Esto es el funcionamiento del capitalismo. Los medios sirven para crear el consenso social, mantener el statuquo. EL análisis se centró en la organización de la producción industrial pero también se centraron en la propiedad de los medios. También analizan el contenido de los medios, la transmisión de la ideología....

La perspectiva funcionalista fue la más importante.

ARTÍCULOS

- España como productora de ficción televisa: 3r país productor de este cine, sobre todo en las series. Ha desbancado a Francia e Italia.
- Un dirigente socialista hace una crítica a RTVE, da otro modelo de televisión pública.
- Venta de Telemundo. Estaba en manos de Sony y ha ido a parar a la NBC (de General Electric). Era la 2ª

cadena más importante (Univisión, en manos de Televisa, es la número uno).

- Salida de un nuevo libro No lobo de Naomi Klein Referido a las marcas, sobre todo locales. Es como una Biblia de los movimientos antiglobalización. Crítica muy dura a las zapatillas Nike (denuncia que estas zapatillas están hechas por el Tercer Mundo). Michael Jordan prestó su imagen a las zapatillas cobrando él más que todos los niños juntos que las hacen.

Fenómeno de la información en relación con la comunicación.

Aquí podemos hablar de comunicación humana o interpersonal o comunicación social (de masas).

Los dos conceptos son muy ambiguos debido al uso que hacen de ellos los especialistas. La comunicación, en sus inicios como concepto, se centraba en el periodismo y concretamente en prensa.

La comunicación más importante es la humana/ interpersonal, después de ello por extensión tecnológica, surgen las otras comunicaciones (como la social).

En 1949, con la teoría matemática de la información es cuando se introduce la información en el ámbito científico (C.Shannon, W.Weaver). Esta teoría nació hace un año después de que Laswell enuncie su paradigma. A Laswell le preocupaba la influencia de los contenidos sobre la opinión pública, ya que era un politólogo. En cambio, los investigadores eran ingenieros de comunicación: tecnólogos, así pues a ellos les interesaba el continente: el soporte donde se encontraba la información/ soporte que sirve para poder canalizar los contenidos, en aquella época se tomaba conciencia de la importancia de los canalizadores de la información. Estos dos investigadores trabajaban en los laboratorios BELL (A.T.L.T, American telephone and telegraph) en honor a Graham Bell, el inventor del teléfono.

Teléfono y telégrafo– soportes que entonces interesaban a Shannon y Weaver. Cuando ellos trabajaban allí, la empresa tenía el monopolio de las telecomunicaciones hasta que en 1983, Reagan la fraccionó en las 7 baby bells.

Para Shannon y Weaver la información era básicamente una estadística cuantificable. Su objetivo era medirla. Por eso, el objetivo de la teoría matemática era aplicarla al rendimiento de las líneas telefónicas y telegráficas. Y por eso, había que medir la información, cuantificarla.

Había saturación en las líneas y ésta era la principal preocupación de Shannon y Weaver. Se trataba de una teoría de la transmisión, de todo tipo de informaciones entre: dos seres humanos, dos máquinas o un ser humano y una máquina.

A Shannon y Weaver no les importaba en absoluto el contenido. Esquema de Shannon y Weaver:

La fuente A quiere enviar un mensaje a la fuente B, para ello necesita un emisor que codifica lo que dice la fuente y envía el mensaje a través de un canal. Y para llegar a la fuente B interviene un receptor que descodifica ese mensaje y así le llega.

La comunicación es bidireccional: cuando el destinatario puede convertirse en emisor, cambio de papeles entre el emisor y el receptor.

Si aplicamos este esquema a la comunicación de masas...

Otro elemento importante es el que el receptor no está sólo. Hay muchísimas más personas viendo u oyendo lo mismo.

Si aplicásemos este modelo a la comunicación humana es muy mecanicista porque ésta es muy complicada,

muy compleja, en los que los papeles de emisor y receptor se intercambian, están equiparados ya que hay una interrelación, una interacción; supondría una teoría mecanicista. Hay una participación en la comunicación humana.

Según Mariano Cebrián Herreros, la información formaría parte del proceso comunicativo.

Al mismo tiempo, si hablamos de la comunicación de masas es un término contradictorio, paradójico porque la información viene dada a través de los medios y son ellos los comunicadores y no en sí el proceso comunicativo.

En la comunicación humana hay una posición simétrica entre los interlocutores y tienen papeles intercambiables.

ARTÍCULOS

- Diario Gazeta– entrevista a Lluís Bassat, publicitario elegido como el mejor publicitario del siglo.

No podemos olvidarnos de otro nombre: Pedro Prat Gaballí, publicó en BCN el primer libro sobre publicidad. Primera mitad del siglo XX – el publicitario más importante de España. Por eso, debe considerarse a Bassat el más importante de la segunda mitad.

En la entrevista, Bassat hace un serie de consideraciones sobre la publicidad actual a nivel económico– inversiones. Otra cosa que comenta es la calidad de los anuncios– buenos en TV y malos en radio y prensa.

- Guerra EEUU– Afganistán

Análisis comparativos entre los contenidos de la CNN y Al–Yazira, de la Vanguardia. Comenta los diferentes elementos claves para cada una de las cadenas.

- Sobre la libertad de expresión y la lucha antiterrorista. Estamos sufriendo una gran manipulación informativa por parte de EEUU y Afganistán.

Dos artículos, que se refieren a la posición norteamericana. El primero critica la propaganda en EEUU, grandes diarios sirven como herramienta de propaganda. La prensa y las cadenas actúan bajo el dictado del poder, no tienen independencia informativa.

El segundo habla sobre un libro que trata sobre la CIA, organismo muy importante para defender los intereses norteamericanos. Tuvo un gran fracaso con el 11 de Septiembre. Y ahora recluta americanos con conocimiento de las lenguas de los talibanes. Este libro se centra en la caza de brujas de la CIA.

- El País– Artículo de Vicente Verdí, sociólogo valenciano que ha vivido mucho tiempo en EEUU y tiene una interesante visión de la modernidad.

El sábado publicó un artículo sobre las revistas dedicadas a los adolescentes en EEUU y España. Las americanas son comunes a todos los adolescentes, se trata de 200 publicaciones generales, mientras que las españolas distinguen entre sexos y hay publicaciones especializadas en las chicas (SuperPop, Bravo, Ragazza...) y destinadas a los chicos (revistas de informática, videojuegos, motor...).

- Artículo que hace referencia a la industria discográfica en Cataluña: Dossier económico de Catalunya.

Comenta por un lado el peso que tienen los tres grandes discográficas: EMI, SONY, UNIVERSAL y WARNER. Controlan el 80% de la música en el mundo y el mismo porcentaje en Cataluña. Sólo una casa

propia se mantiene junto a ellas– BLANCO Y NEGRO. Lo que denuncia el artículo es que ni las cadenas catalanas cumplen el 25% de producto catalán.

Agencias de noticias: son muy importantes aunque poco conocidas y tienen un papel estratégico. Son globales ya que se fijan en todo el mundo. Tras las agencias siempre están los Estados, el poder del estado se refleja en su agencia. Éstas controlan los flujos informativos que se producen en el mundo. Los que las conforman son mayoristas, productores de información, siempre en la 1ª línea de la información, llegan más allá de lo que pueden llegar los periódicos, la TV... Se encargan de suministrar información a los medios y éstos procesan la información y luego la ponen en difusión. Cada vez hay más actores que están entremedio.

AN no están relacionados directamente con el público

Los MCM tienen corresponsales y reporteros fuera pero los videos e informaciones que dan están procesados por las A.N no por ellos. Las A.N hacen una gran labor.

Los gobiernos tienen sus propios recursos para involucrarse en los medios, tienen sus propias A.N. Estado español su propia agencia de prensa Agencia EFE. El sector mediático es cada vez menos importante para las A.N. Éstas han sido instituciones muy importantes en los últimos 150 años. Pero sus orígenes han sido muy poco claros.

1ª A.N HAVAS/ CHARLES A. HAVAS, 1835, Francia

Tenía el apoyo de todo el Estado francés.

Compraba artículos extranjeros. Los traducía en francés y luego los vendía. Al final el Sr. Havas, compró las empresas a las que compraba los periódicos y así la información era suya y ya no hecha de fuera.

Al principio utilizaba caballos... en 1850 se establece el cable submarino– París – Londres– por lo que todo va más rápido.

Havas estuvo en actos y momentos muy importantes de la Historia.

La Sociedad General de Anuncios (empresa publicitaria) se fusionó con la de A. Havas.

En 1944, Havas desaparece como agencia informativa y sigue como agencia publicitaria.

¿Por qué Havas se unió a la S.C de A? Para vender sus anuncios a los periódicos de provincia porque los periódicos no podían pagar la cantidad a cambio de los servicios de la agencia Havas.

2ª A.N Europea Aparece en Alemania en 1849 con WOLF / BERNHARD WOLF. El primero que utilizó el telégrafo eléctrico, no fue muy importante. En 1865 pasó a ser gobernado por el ejército Prusiano, el cuál no apoyó la agencia sino que la controló. Acabo siendo solo propaganda de los partidos.

3ª A.N REUTER/ JULIUS REUTER en 1851. Trabajó también con Havas. Se situó en la capital, Londres, en la plaza económica y financiera. Allí era donde llegaba más pronto la información, no tenían problemas por ello. Todos los periódicos se adjuntaron a la A.N Reuter, menos un periódico: El Times (el más importante del momento que creía que no tenía porqué), que finalmente, en 1858, se abona a sus servicios porque no puede cubrir la demanda sin Reuter.

4ª A.N Agencia norteamericana fundada en 1848, ASSOCIATES PRESS, cooperativa de periódicos. Nace en N.Y, ciudad de inmigrantes europeos interesados en la información procedente de Europa. Los barcos llevaban la información y eran asaltados por los periódicos que iban en botes para robar información.

Entonces decidieron ponerse de acuerdo todos para crear la cooperativa, de esta manera no se hicieron la competencia entre ellos. Se repartieron el mundo y se intercambiaban la información. En 1859 se hizo un acuerdo entre la 1ª A.N, la 2ª y la 3ª hasta la 1ª Guerra Mundial.

En 1872 la 4ª A.N se une a este acuerdo de repartirse el mundo. Cada agencia se quedaba con la ciudad en la que estaban y con las colonias.

Así salieron favorecidos:

HAVAS, que se quedó con Francia, Países Árabes..España, Portugal...)

REUTER, gran imperio en Gran Bretaña, muchas colonias...

Y menos favorecidos:

WOLFF, Alemania no tenía imperio ni colonias

ASSOCIATES... USA tampoco tenía colonias

España dentro de Havas Havas tenía una agencia en BCN: Fabra, que suministraba a los periódicos españoles información de Europa y a Europa información de España.

En 1939, Francisco Gara y Guita Fabra constituyen la Agencia EFE.

A finales del siglo XIX, WOLF desaparece y aparece la CONTINENTAL TELEGRAPHEN pero que no tiene mucha importancia.

La agencia de USA no tenía el monopolio, habían más periódicos en las ciudades a parte de los de la cooperativa. En 1883 aparece una competidora importante: 1ª UNITED EXPRESS (Chicago) no firmó nunca ningún acuerdo con las europeas, no funcionó bien y desapareció.

En 1907 aparece la 2ª UNITED EXPRESS (SCRIPTS) fue muy potente y fuerte en los mercados exteriores e interiores.

En 1909 surge la INT. NEWS SERVICE, que era de carácter internacional. Fundada por W.R.Hearst que introdujo el periodismo sensacionalista.

AS- PRESS pidió a Havas que se retirara de Cuba, Puerto Rico en un tratado de 1902 ya que estas islas estaban controladas por USA. Aquí empieza el declive de Havas.

En 1900 se crea la telegrafía sin hilos que dará lugar en 1906 a poder enviar la voz humana de un punto a otro sin cable, lo que supone el principio de la radio.

Las agencias utilizaron la telegrafía.

En 1926 se inventa la telefotografía que mandaba imágenes fijas y tuvo mucho éxito, funcionó bien. Lo controlaban las agencias norteamericanas que eran las únicas que las utilizaban.

(A.N distribuyen información internacional de fuera del país a dentro y de dentro a fuera).

En 1924 se produce la ruptura del monopolio de Havas en la América Latina. La Nación de Argentina rompió con Havas y contrató a la 2ª UNITED EXPRESS, lo mismo hicieron después el resto de países de

Sudamérica. Es cuando Havas decae.

C. TELEGRAPHEN. En 1913 tiene dos competidores.

Entonces tenemos 3 agencias 1934, controladas por JOSEPH GDEBBELS (nazis). Y éstas se vuelven propagandísticas.

En 1925 los soviéticos tenían su agencia de noticias FASS

En el período de entre guerras ya habían desaparecido algunas. Éstas son de las que se mantuvieron fuertes:

REUTER sigue siendo importante. Pasa a ser también una cooperativa de periódicos británicos, al modo americano. Deja de ser una compañía comercial.

ASS EXPRESS también muy fuerte

Y éste es el caso de una de las que desaparecieron...

HAVAS debilitado porque pierde monopolio en Sudamérica y en España. Necesita la ayuda de Francia. Pero el estado también está muy debilitado por lo que en 1940 hasta el '44 hay una ocupación nazi.

Sur-Este Rep. Títese. Havas pasa a ser la agencia oficial de esta República.

En 1944 se produce la reconquista de Francia y Havas tiene que desaparecer porque había sido colaboradora de los nazis. Entonces desaparece como agencia de noticias pero queda como agencia de publicidad.

Aparece AGENCE FRANCE PRESSE una nueva A.N

Todo esto después y durante la Guerra Mundial.

Después de la Guerra hasta, más o menos, 1980:

AGENCE FRANCE PRESSE

REUTER

ASSOCIATED PRESSE

2a UNITED PRESS

INTERNATIONAL NEWS SERVICE

TASS (en el '89 desaparece)

Mapa Actual de las Agencias Globales:

1ª – ASSOCIATED PRESS

2ª – REUTER

3ª – AGENCE FRANCE PRESSE

Las tres agencias son de los tres países ganadores de la Guerra.

Con la 1ª Guerra Mundial la prensa se desarrolla de una manera industrial. Ésta perdió el papel hegemónico porque existían los medios audiovisuales. El objetivo de la prensa: informar. Los medios audiovisuales amplían las funciones de la prensa y se incluyen las funciones de entretenimiento, ocio...

FACTORES IMPORTANTES EN EL DESARROLLO DE MEDIOS EN EL SIGLO XX

- Desarrollo del medio audiovisual: cine, radio y TV
- Estancamiento de la prensa II Guerra Mundial
- Desarrollo m.c.m Mundo
- Progresos tecnológicos
- Concentración: política (dictadura)

económica (transnacionalización) (conformación de grandes grupos

que controlan la cultura).

Los transistores, alta fidelidad, electrónica, satélite y la informatización se encuentran y se producen en las redacciones de los diarios y en los medios audiovisuales.

CINE

Éste nace a finales del siglo XIX en Francia y Norte América. USA 1894, Edison inventó el kirofotógrafo o kinetoscopio (aparato pequeño colocado encima de un poste de madera, que se usa de manera individual y pagando y permite ver imágenes con movimiento), y en el año 1896, los hermanos Lumiere inventaron el cinematógrafo.

El cinemota permite filmar la película y proyectar las imágenes en la oscuridad. Su resultado es socializado no individual. No inventaron el cine en sentido estricto, usaron el aparato. La primera película de la historia fue un documental: La fábrica de los 'lumier' y los obreros.

Francia y USA se convirtieron en potencias cinemotas importantes... en segundo lugar se encontraban: Alemania, España, Italia, Latinoamérica... así estaba más repartido, ya que no era tan caro hacer cine entonces.

Los americanos acabaron con las barreras y se abrieron un espacio en el mundo. El cine desde un principio, se convierte en un negocio empresarial.

En Europa se recurre al teatro, la ópera... los italianos filmaron Operes mudas . Los Estados Unidos hacían películas cómicas.

El cine tenía música siempre, así nunca fue completamente mudo.

La huida de Hollywood, todos se van a Hollywood, la industria pasa a ser de los banqueros, buscan nuevos espacios abiertos, naturales, iluminados..... adquiere un gran crecimiento.

USA pasa a ser introductor de grandes inventos:

1927 Primera película sonora

1934 Primera película en color

Actualmente el cine americano produce películas que tan sólo ellos pueden grabar, los demás van adquiriendo fuerza poco a poco....

Pathé y Gaumont vendían- producían en Hollywood pero cada vez más se encontraron más barreras.

Durante la 1ª y 2ª GM quedan destrozados los platos de Europa, así comienza a imponerse hegemoníamente USA, creador del conocido star system.

En los años '30 y '40 época de oro de Hollywood.

LA RADIO

Nace en los años 20 como m.c.m inventado por Marconi 1900 telegrafía sin cable del punto A al B.

Como m.c.m desde un punto hacía varios puntos:

Tres modos de implantación:

1920 Pittsburg Primera emisora de radio regular Westinghouse KDKA.

Dará lugar al modelo americano de carácter: privado y comercial y que a su vez dará lugar a la creación de grandes cadenas. Aparece: NBC, ABC, CBS, concentración oligopólico. Se produce una unión simbólica de la nación porque todos los americanos escuchaban lo mismo a diferencia de la prensa.

El modelo europeo: nace en el año 1926 con la British Broadcasting corp. Transformado en una corporación pública independiente del gobierno. Se convierte en el mejor modelo del mundo en este sentido. Europa así imitará a la BBC, también lo imitaron: Canadá, Australia, Japón.

El modelo americano: fue seguido por Latinoamérica y la península ibérica: Portugal y España, porque es un modelo mixto.

España: 1924 Radio Barcelona

1925 Unión Radio, conglomeración de radio

Primero tenemos radio privada. Más tarde la pública. En el año 1937 surge RNE. Durante el franquismo Unión Radio se convierte en Cadena SER (Sociedad Española de Radiodifusión). En esta misma época RNE y SER eran las más importantes.

El modelo soviético: nace a partir de la radio en Moscú.. Ésta sigue el modelo leninista. Los medios tenían que estar al servicio de la Revolución. Un servicio propagandístico en manos del sistema bolchevique. Se implantará en los países comunistas: Europa del Este, Corea, Cuba...

Esto hoy en día ha no se da, en todo el mundo se ha implantado un modelo americano mixto. Una cadena pública no publica historias cómicas sólo de género educativo.... Aquí en España no se ha seguido un criterio claro: hay muy poca diferencia entre Europa: modelo mixto con hegemonía de unas privadas.

TELEVISIÓN

En los años '30 ya había programación regular de TV en: Alemania, Francia, USA, GB. En 1941 en EEUU la programación regular de TV de programación electrónica. En Europa llegará durante los años '50: 1948 Reino Unido, 1949 Francia.

En Europa toda una década más atrasada.

En el año 1959 en Barcelona.

En USA se sigue el modelo de la radio: modelo como la ABC, NBC, CBC... tenemos que esperar al año 1967 a la PBS, los primeros después de 50 años y los más importantes, añadida la FOX, ocupan un lugar central. USA tiene la primacía el año 1952 con el magnetófono de cinta. En el '53 llega el color. En el año '56 se crea el video que da lugar a un desarrollo muy importante que permitirá probar programas.

El modelo americano como la radio, también privado y comercial.

El modelo europeo también público. Está controlado por el Estado. En los años '50 nacen las primeras cadenas, en los '60 las siguientes y en los '70 las terceras, fenómeno genuinamente europeo.

La TV se desarrolló con más rapidez en el resto de Europa que en España. No fue hasta los años '70, '80 y '90 que se produjo el fenómeno de la TV en España.

Las primeras cadenas eran un modelo público, centralizado con el objetivo de una unión simbólica de los países que estaban totalmente destrozados tras la guerra. La población se podía sentir identificada en la TV, muy importante por la unificación de la lengua, Ej. claro: Italia. Éste modelo se reproduce en una TV autonómica que han imitado en la TVE: su modelo antagonista, pretende hacer lo mismo pero en su propio espacio.

Se inicia una carrera con una inversión fuerte por llegar a todo el territorio del Estado, se pretende universalizar a los tuyos. En España se consigue esto en los años '70... cuando se universaliza la nación.

Pasaron décadas porque TVE cubría todo el territorio español. Primero Madrid, luego Barcelona, Valencia, Bilbao... Hoy se ha cubierto el territorio español por satélite.

Al universalizar el modelo se hace un modelo público de baja cultura, unión del público por el instinto natural.

A nivel europeo se baja la calidad para llegar a todo el público, España tiene una calidad inferior a Alemania, Francia, Gran Bretaña, Italia...

El objetivo de las segundas cadenas era llegar a zonas urbanas, más cultural, gente de clase social más alta. Ésta es complementaria a la primera no se establece competencia. Las autonómicas en general siguen el mismo modelo.

Las terceras cadenas: nacen en los años '70... en España no hubieron porque Franco no lo permitió, éstas tendrían que haber emitido los intereses de las comunidades.

Una fórmula intermedia: desconexiones de la central, por Cataluña, Gran Canaria.... no encontramos una TV3 fuera de España no se produce este fenómeno de TV autonómica fuera del territorio español. Éste fenómeno surgió en los '80 en Cataluña y País Vasco diferencias económica, política y cultural...

ACTUALIDAD

(Elecciones en el Colegio de Periodistas)

- Progresista: Montserrat Minobis (sustituye a Salvador Alzius) 74%
- Martí Anglado: pro- convergente 22%

Mayoría Minobis.)

Para los americanos (el cine...) son productos de carácter comercial, empresarial, de entretenimiento. Para los europeos es cultura: hay que protegerla.

En Europa el Estado controla y gestiona los medios audiovisuales. En América parte de capital privado. En España el capital es privado a partir de los años '60 y '70, disputado con el Estado.

CRISIS DE LA PRENSA POR LAS GUERRAS MUNDIALES

Las guerras mundiales provocan una gran crisis tanto durante la primera como durante la segunda, después se lleva a cabo una recuperación. Los problemas que tuvo la prensa se situaron en el mismo territorio. Se había implantado la industria pesada, había que imprimir y distribuirlo y en tiempos de guerra eso era muy difícil de hacerlo de manera ágil.

1937 1945 1964 2001

Japón 30 m 14 m 42 m 70 m

Reino Unido 40 m 22 m

Italia 5 m . . . 5 m 6 m

EEUU 43 m 43 m 60 m 60 m

España 1,5 m 1,5 m 2 m 4 m

Japón: mayor mercado editor del mundo más que Estados Unidos

En el caso de España, es un caso atípico. Único país desarrollado donde la prensa sigue creciendo. Durante la etapa de la transición (tras la dictadura franquista) hay un crecimiento importante. Durante el franquismo estuvo parada, no creció.

En los años '50 se produce una expansión de los medios hasta el Tercer Mundo. Un gran interés de EEUU por aplicar las teorías de desarrollo, consideraba así que podían conseguir niveles europeos. Se tenían que desarrollar los m.c (medios de comunicación). Pero se ha demostrado que se trataba de teorías erróneas porque hoy en día, países del Tercer Mundo como es el caso de África, están peor que en los años '60 con gran parte de colonias del mundo occidental. Los más desarrollados en el Tercer Mundo son: los medios audiovisuales. Son medios que van dirigidos a las élites, muy caros y resultaría muy complicado implantar tanto medios como recursos asequibles a todas las clases: prensa, industria pesada, alfabetizar.... El medio más extendido en el Tercer Mundo es la radio, también la TV pero más la radio. En América Latina la TV está más extendida. En África o América Latina hay grandes extensiones que no están preparadas para la electricidad. Es difícil así, cubrir territorios tan grandes y no densamente poblados.

Se tienen que establecer en el Tercer Mundo diferentes tipos de redes. En los grandes lugares del 3º mundo como: Brasil, India... se ha extendido mucho el satélite.

La radio está muy extendida y es muy popular por es más barata con tecnología no muy sofisticada y un aparato de radio barato: accesible a cualquier persona. La radio es más importante en zonas no electrificadas. En Bolivia la radio está muy extendida.

El cine está desarrollado de manera muy desigual: India mayor productor de películas, 800 años; en América

200. El cine de la India es muy importante, mueve masas entre la sociedad, los actores se convierten en héroes: País con más audiencia de cine, es barato acudir.

Los desequilibrios en m.c.m entre 1r mundo y 3r mundo son muy grandes...

Datos de la UNESCO, suministrados por el Estado

DIARIO RADIO TELEVISIÓN

TOTAL MÓN 113 375 155

PAÍSES 336 1023 489

DESARROLLADOS

PAÍSES

SUBDESARROLLADOS 44 176 52

ESPAÑA 82 304 396

España en prensa debe estar justo en la media del desarrollo mundial ha mejorado mucho.

USA y GB se retiran de la UNESCO

PROGRESO TECNOLÓGICO

En prensa es donde ha habido un desarrollo más importante. Se ha producido una informatización de la redacción, no sólo en la elaboración si no desde la concepción de los contenidos hasta la distribución. Todo el proceso en prensa se ha informatizado., Hará ya 30 años que comenzó esta evolución. La modificación radical de la composición: se deja de lado la tipografía, se adopta la fotocomposición... Aún así todavía hay muchos lugares que utilizan la tipografía.

- El teléfono no se implanta como uso social en un principio: como el telégrafo. Éste es de uso privado y no había redes hasta la 1ª Guerra Mundial. Al finalizar ésta, se crean redes interurbanas, que son utilizadas por las redacciones. Hoy en día, generalmente, no funciona así. Si que pasa en los grandes diarios donde hay un escritor principal con muchos colaboradores que adquiere la información. El escritor rescribe la información que le facilitan sus colaboradores de manera que queda mejor elaborado.

- La distribución ha sufrido un cambio muy importante durante las últimas décadas. Hoy en día son más usados los transportes de carretera que el ferrocarril.

El sistema de distribución muy estratégico que mueve muchos millones de pesetas. Son muy importantes las rutas que cubren el territorio en 24 horas. Muy importante cada vez más para el libro y la distribución, para ello se han utilizado los satélites por la multimpresión que sustituye el transporte largo: ferrocarril, avión...

- Sector audiovisual

Aparición de los transistores. En los años '50, empiezan a introducirse la TV y la radio, ésta a través de transistores; se dejan de lado los de válvula , usados en los años '30... aquí entran los japoneses que inventan el mercado con aquellos aparatos de bajo precio: Sony.

- El magnetófono sustituye al gramófono. Se modifica el lenguaje radiofónico.
- A partir de 1956 la casa Amper fabrica el 1r magnetoscopio de cinta que significará una gran evolución. Hasta entonces los productos mediáticos habían sido en directo.

Los desequilibrios se dan también dentro de un mismo país o estado. En el sector audiovisual la tecnología fue muy importante sobre todo con el transistor. Los precios bajan y las clases sociales menos ricas también podían tener acceso a las radios y a las televisiones. Estos aparatos hicieron variar la programación y la forma de hacer radio una transformación que coincidió con la revolución del rock ('50, '60).

El video doméstico ('80) también fue una gran revolución ya que permitía ver películas, reportajes... en el hogar. En España fue una auténtica revolución porque además de una pobre oferta televisiva, veníamos de 40 años de represión. En Italia, por ejemplo, no fue tan importante ya que disponían de una gran oferta de TV debido a la descentralización.

El color también fue un invento o avance importante más mundial, Argentina ('58). Hoy en día estamos a la espera de convertir la TV y la radio digital, época que se ha fijado en la UE para el 2012.

En el campo de las telecomunicaciones, se produce una evolución gracias a la telemática: informática + electrónica + telecomunicación.

Gracias a la evolución de los satélites se facilita la comunicación internacional a larga distancia que antes era terrestre o submarina. Los primeros satélites de telecomunicaciones son:

1ª Generación: distribución de punto a punto

- 1962 TELSTAR (EEUU)
- 1965 EARLY BIRD INTELSAT (de origen el sistema internacional de satélites en la órbita de USA está el 40%)
- 1965 MOLMYA I (de origen sistema satélites órbita URSS).

Estos satélites tienen una gran potencia y se sitúan a 36000 Km. Son tres satélites, uno en cada océano, por lo que deben estar muy alejados para poder verse. Satélites que están controlados por las grandes empresas de telecomunicaciones.

La tecnología de los satélites permitió ver en 1969 la llegada del hombre a la Luna.

A partir del año '79, '80 aparecen satélites de difusión directa. Los 1os fueron el franco- alemán ('79). Es un sistema más extendido en Europa que en EEUU (más cable).

- ASTRA (privada europea)
- EUTELSAT (pública UE)
- HISPASAT (satélite español- únicos que ocupa el occidente de Europa, y parte de América Latina, por eso entra ASTRA).

* CANALSATÉLITE (ASTRA)

* VÍA DIGITAL (HISPASAT, porque es de Telefónica)

- PANAMASAT (EEUU)
- MORELOS (Méjico)
- BRASILAT
- NAMUEL (Argentina)

- ARABAT (árabes)

FACTORES IMPORTANTES DEL SIGLO XX

CONCENTRACIÓN

Concentración política regímenes autoritarios + monopolio

Concentración económica países ricos + oligopolio

En países autoritarios el gobierno lo concentra todo, afecta o la diversidad de fuentes ya que ésta desaparece, todos dicen lo mismo. En algunos países democráticos también se han producido como en el caso de México y televisa hasta la aparición de la TV azteca. En Italia con Berlusconi ocurre algo similar.

Después de la 1ª GM los países liberales impusieron su doctrina a los países perdedores, por tanto hubo más libertad para el individuo, la 1ª enmienda de la constitución americana hace referencia a la libertad de prensa y también está presente la declaración de los derechos humanos del hombre y el ciudadano (revolución francesa).

Concentración: dos facetas

- Política: no se da en Europa. Propio de los regímenes autoritarios en décadas atrás
- Económica: propia de los regímenes liberales. Ya más propio de nuestra época

Tenemos una gran concentración económica de medios, muy importante. El fenómeno de la comunicación es muy importante porque afecta a:

- La libertad
- La comunicación personal
- La diversidad de fuentes. En las sociedades capitalistas tenemos una gran diversidad de fuentes pero que es aparente. Si hacemos un estudio de los kioscos, veremos que detrás las empresas, las fuentes son menores (lo mismo pasa en la plataforma digital porque las grandes productoras son muy pocas).

Se trata de un fenómeno muy significativo que no sólo afecta al plano político sino también al cultural y educativo.

En principio tenemos una cierta diversidad (diversidad de ideologías), que no es muy grande por cierto, porque el conjunto de los medios lo que intentan es la conformación del consenso (TVE1– TVE3). Por tanto, tenemos esta diversidad en un país como Cataluña, como en el conjunto del Estado, también en Francia... en prensa.

En los medios audiovisuales es más difícil de darse este fenómeno.

Ningún medio llega a ocupar todo el espacio político. Por tanto, en los mercados abiertos, la tendencia es a la conformación de los oligopolios (pero se van fusionando entre sí porque la tendencia natural de éstos es el monopolio). Hay países democráticos donde un solo medio tiene un gran peso. Así peligra la democracia cuando no hay otro medio que haga contrapeso (México– Televisa) – se desequilibra el mercado, influencia en la opinión pública desmedida.

La concentración es en beneficio de los medios en los regímenes autoritarios.

La doctrina liberal promueve la libertad del individuo por encima de todo y se fundamenta en la Constitución

americana 1776– 1ª enmienda 1791: Libertad de prensa (los americanos siempre han defendido al individuo frente al Estado). También se basa en la Declaración de los Derechos Humanos de 1789. al final de la 1ª GM, las potencias liberales intentan imponer su doctrina. Pero las cosas no fueron por aquí porque surgieron regímenes autoritarios que no seguirían la doctrina liberal:

- Régimen soviético
- Régimen fascista italiano
- Régimen nazi
- Régimen franquista
- Régimen salazarista

El régimen soviético de Lenin era una doctrina comunista. Su doctrina de los medios,

primero fue aplicada a la prensa y luego a los otros medios, y en los otros países con esa ideología. Lo que tenía que ser la prensa para Lenin: estaba de acuerdo con la libertad de prensa, creía que estaba en poder de los ricos y que por tanto, debía ponerse en servicio de los bolcheviques. La libertad de prensa es uno de los principales fundamentos de la democracia pura; los capitalistas denominan libertad de prensa a la posibilidad de compra por parte de los ricos. A la libertad de utilizar la libertad de prensa.

La libertad verdadera no aparecerá más que en el régimen en el cuál no exista la posibilidad objetiva de somete a prensa al poder, la posibilidad del dinero (retrato de lo que ha sido la prensa industrial).

Aparición de los autoritarismo objetivos del partido comunista: movilizar a los obreros a la acción (AGITROP– agitación y propaganda). Los medios tenían que ser un arma para movilizar a los obreros a la rebelión.

La diferencia entre el modelo bolchevique y el modelo comunista es que éste estaba legitimado. Las minorías no tenían posibilidad de expansión, por eso era un autoritarismo. La mayoría absoluta producía una tendencia al abuso de poder, como es el caso del régimen comunista que no respetó a las minorías.

El modelo fascista italiano. El individuo no era el fin de la sociedad (que es lo que proclamaba la doctrina liberal) sólo el medio.

Por encima de todo están los intereses del Estado (fascistas). No existía libertad individual que atentará contra los intereses del Estado.

Mussolini, líder del fascismo italiano, usó la prensa; el periodismo italiano era libre porque respondía a los intereses del régimen fascista. Nacionalizó la radio para usarlo como elemento propagandístico.

La policía podía requisar los periódicos que tratasen según que temas que no gustaban al gobierno.

Habían unas determinadas consignas decir esto esto y esto, teniendo en cuenta las consignas de los jefes del régimen.

El modelo nazi. No tenía la primacía del Estado, sólo el símbolo jurídico. La primacía la tenía la comunidad popular, liderada por el Führer (Hitler) apoyado por el partido nazi. Era una exaltación del nacionalismo alemán. No había lugar para los derechos fundamentales del individuo. Este régimen arremetió contra la prensa, que evidentemente, al acabó rindiéndose a Hitler.

Hitler persiguió: colectivo judío

los socialistas y sus medios

los comunistas

De la propaganda se encargó Joseph Goebbels.

El modelo franquista. Régimen muy siniestro pero también muy divertido

El propio dictador mostraba la decrepitud de su régimen. El franquismo cayó cuando murió Franco. Franco era un general golpista, fue el gran inspirador de Pinochet (golpe de Estado de Pinochet en el '73 – Franco muere en el '75).

Como todo golpista tiene claro que tiene que controlar todos los medios de comunicación. Pronunciamiento el 18 de julio el golpe triunfó en algunas capitalías pero en otras no. Entonces se utilizó la radio para extender la noticia de que no había triunfado el golpe en el bando contrario al franquismo. El bando franquista, en las zonas donde triunfaba el golpe, rápidamente confiscó las emisoras de radio de la zona, imprentas... Esta estrategia, que es muy importante para manipular los medios, se extendió al cine.

La mayor parte de la industria cinematográfica era republicana porque los estudios estaban en zonas republicanas: Barcelona, Madrid y Valencia. En zonas como Sevilla, donde antes del Golpe se había encontrado material fotográfico, surgió el cine franquista.

Cuando ganó Franco, tras el golpe y la guerra, se quedó con todo (medios, sindicatos...)

La Vanguardia La Vanguardia Española

Solidaridad Obrera (sindicato anarquista) Solidaridad Española

La confiscación y censura siguió hasta el '66-'67 con La Ley de prensa, censura que abarcaba a todos los medios (esta ley había surgido en el '38 como una ley de guerra). Hasta que Fraga la sacó, implantando en el '66-'67 La Ley de prensa e imprenta, que dio más libertad.

Hubo diversas etapas hasta que el régimen se diluyó y acabó del todo. La propaganda funcionó entonces?

1.- Primero fue el terror

2.- Luego sí que tuvo gran importancia la propaganda, que llegó a hacer creer a la gente que el régimen hacía funcionar a España.

Aunque las propias transformaciones de España destruyeron al régimen.

Era un régimen que no se sabía que era, no era concretamente una dictadura. Tampoco era monarquía aunque había una persona que actuaba como monarca. Por tanto era un régimen autoritario más que un régimen dictatorial.

La prensa no estaba en manos de los capitalistas, era de interés nacional y por tanto, estaba controlada por el Estado. Se creó la Delegación Nacional de Prensa y Propaganda. Entonces la palabra propaganda en el nombre de esa institución estaba bien visto, pero más tarde en el '46 se cambiaría porque se consideraba una palabra peyorativa.

Nunca ha habido un grupo mediático en la historia de España como el que tuvo Franco. Sólo en los países comunistas ha habido grupos mediáticos tan importantes.

ESTADO / MOVIMIENTO

SINDICATO VERTICAL

Prensa Radio TV Cine Libros Agencias

de noticias

Prensa – cadena de prensa del movimiento – 40 títulos, 40 diarios más importantes de España. El más importante Arriba – marcaba la doctrina del régimen. No sólo tenía que seguirla el resto de los 40 diarios si no toda la prensa española.

En Cataluña– 5 diarios... *Solidaridad Nacional*

La Prensa (su director es fundador de *Hola!*, la cuál estuvo del '40

al '60 en BCN y luego ya en Madrid)

Los sitios de Gerona

El diario español de Tarragona

La mañana de Lleida

En todas las capitales de comarca tenían su propio seminario del movimiento. Había muchas revistas. Sólo había dos diarios deportivos durante el franquismo:

- *Marca* (Madrid)
- *El mundo deportivo* (BCN)

Radio – REM – Red de Emisoras del Movimiento

CAR – Cadena Azul de Radiodifusión

CES – Cadena de Emisoras Sindicales

Franco dio Cadena SER a los Garrigues, representantes de los intereses de

España en el extranjero.

RNE – Era la radio de los informativos, a la hora de éstos, el resto de cadenas

tenían que conectarse a RNE.

Durante la guerra los regímenes autoritarios realizaron propagandas muy fuertes. En la actualidad tenemos una hegemonía de EEUU y también una hegemonía del capitalismo en todo el mundo. Esta doctrina lo que hace es separar más al mundo, diferenciando profundamente las clases sociales.

Época de abuso de la propaganda política.

Europa occidental– orden nuevo– doctrina liberal clásica.

El caso portugués y español tuvieron que esperar 30 años para adoptar esa doctrina. Esta doctrina garantiza :

- Libertad de expresión.
- Libertad de empresa : permite influir en los demás y permite ganar dinero.

Estos son los pilares fundamentales del liberalismo.

Ha habido un desarrollo muy importante de los medios lo que ha favorecido a la aplicación/ consumo de estos principios del modelo de la doctrina liberal.

Pero este sistema nos lleva a un comercialismo excesivo.

Objetivo del capitalismo: ganar dinero, acumular riquezas a costa de la destrucción de la naturaleza y de la destrucción social. En EEUU se aplicaron mecanismos de autocontrol.

MPAA -> industria audiovisual regulada por la Motion Pictures Association of America. Utiliza su poder para frenar la entrada de cine extranjero- defiende los intereses de las grandes empresas americanas de cine.

AAA -> industria publicitaria- American Advertising Association.

En los países capitalistas-liberales no hay leyes de prensa.

* Se garantiza la iniciativa particular, individual o colectiva. Derecho a expresar libremente las ideas sin ser molestado por el poder político- liberalismo muy acentuado, extremo EEUU.

TVTVE monopolio absoluto con los 2 canales : TVE y La2.

NO-DO lo que ponía antes de las pelis, reportajes sobre Franco (42-72).

LIBRO ED NAC Franco montó una editora pública. Editorial Nacional.

Agencias Noticias EFE (del Estado)

PIRESA (prensa y radio del movimiento)

El Fuero de los Españoles -> lo juraron los españoles y el rey Don Juan Carlos. Se promulga en el año '45. Hitler pierde la Guerra y Franco quiere una nueva imagen margina a los falangistas e introduce a los católicos.

Promulga la libertad de expresión de la sociedad Libertad de expresión: expresar libremente sus ideas pero mientras no atenten contra los principios fundamentales del Estado ni la unidad espiritual (todos los españoles son católicos), nacional o social de España: nacional contra el regionalismo y social porque no hay luchas de clases, ni sindicatos de clase, ni obreros ni patrones.

Industria cinematográfica: En España hacía películas baratas estadounidenses.

Sin embargo, en Europa después de la 2ª GM surgió una doctrina diferente a la de EEUU. El poder político es directamente el emisor. El Estado desempeña un papel muy importante- Estado democrático no hay que proteger al emisor del poder político porque es independiente.

La legislación decía que había que proteger a los emisores y receptores no sólo del poder político sino también del poder económico. Pero no es una relación transparente.

En Europa se privilegiaba la libertad de información por encima de la libertad de expresión. Esta doctrina se acabó dejando y el comercialismo ha acabado invadiendo los medios europeos.

Los medios se han ido expandiendo y formando grandes grupos multimedia. Como en EEUU ahora prima la libertad de expresión por encima de la libertad de información.

Tendencia del capitalismo– engrandecimiento de sus empresas, más grandes pero hay menos número de ellas. Esto sucede sobretodo desde que se introdujo la tecnología punta.

Aviones transatlánticos: BOEING, AIRBUS.

Fenómeno de la transnacionalización– cuando a una empresa se le hace pequeño su mercado y cruza fronteras para convertirse en una empresa transnacional.

En lugar de exportar a GB a mediados del S.XIX SINGER empezó en EEUU, luego montó una filial en el Renolhido. Esto es un fenómeno que no es nuevo, muy consolidado en todos los sectores de la economía. También en alguna industrias culturales transnacionalización (EMP CINE– Pathé) COMPAÑÍA DE GRAMÓFONOS (empresa inglesa que se instaló en Cataluña en el S. XX).

Esta concentración económica ha dado lugar a la concentración de grupos muy potentes que operan en distintos niveles fiscales:

* GLOBAL * MACRO

AOL Time Warner GLOBO CLARÍN

VNENDI Universal TELEVISA ABRIL L

Disney PRISA PLANETA

VTACOM ADMIRA

* ESTATAL * MICRO *LOCAL

CORREO GODÓ HERMES

ZETA

La tendencia natural de conformación de las empresas

- Oligopolios (En el sector musical, 5 grandes grupos tienen el 80% de la producción musical en el mundo).
- Monopolios (TVE en Cataluña del '59 al '83).
- Duopolio (TVE + TVC del '83–'90).

Luego en el '90 se perdió en el resto de España, ahora tenemos un duopolio público–privado. Cada vez es más grande la privada que la pública.

Y finalmente también tenemos como resultado de la concentración alianzas estratégicas.

Caso telecinco

- BANCA, que ya no es BBVA 40%.
- PRISA 20%.

· Canal+ FRA 20%.

Polanco (Grupo PRISA) venderá sus acciones de CSD a Vivendi (Canal+ Francia), porque éste si se entiende con Telefónica y fusionaría VD con CSD.

Título

7

3

9