

### 3 LA COMUNICACIÓN INTERNACIONAL II. LOS CAMBIOS EN LOS MEDIOS

#### 3.1 LA PRENSA

estructura de la prensa:

- La circulación de diarios en Europa alcanzó su pico durante las décadas de 1950 y 1960.
- Desde entonces este mercado alcanzó su madurez, volviéndose difícil su expansión, mientras otras fuentes de información como la TV o Internet, no han parado de crecer.
- En conjunto, EEUU, Europa occidental y Japón, las ventas de diarios han descendido, sobre todo durante los años 90. este leve pero constante declive de la prensa diaria, se puede ver manifestado en la caída de la difusión, la publicidad y el nº de jóvenes lectores, así como la influencia de la prensa frente a los medios de comunicación.
- Cabe destacar tb otro factor importante, como es el aumento de los costes de producción y distribución, y del precio del papel a mediados de los noventa, que viene tb influyendo en contra de los beneficios de la prensa.
- como consecuencia de esto:
  - ◆ la publicidad no puede sostener el aumento de los costes
  - ◆ Se produce una concentración nacional, internacional (alianzas con grupos de otros países), y estatal (de grupos controlados por el estado), donde el sector está dominado por algunos grandes grupos privados nacionales e internacionales o públicos.
  - ◆ Esta concentración afecta de forma directa a la libertad de prensa, ya q la pequeñas empresas de medios deben enfrentarse a competencia en desigualdad de condiciones, publicidad controlada o restringida, etc.
  - ◆ Es decir, como producto de la concentración en grandes grupos, el nº de empresas editoras se reduce.
- Este panorama, es distinto al que presentan las regiones en desarrollo, ya que hay disparidad de situaciones entre los diferentes países.
- Los diarios pierden frente a la televisión. Un claro ejemplo de esto podemos verlo en la publicidad. La publicidad es la mayor fuente de ingresos de los periódicos, y en la mayoría de los países, el porcentaje de inversión publicitaria está bajando frente al porcentaje en crecimiento de la televisión.
- En general, los mercados de prensa diaria se encuentran dominados por títulos editados por empresas privadas comerciales de capital nacional, ya q la concentración interna y las barreras de los diarios de información general hacen muy difícil q grupos extranjeros se establezcan con nuevos títulos, es decir, la concentración esta en manos nacionales.
- La importancia de los diarios de ámbito nacional o local también varia de un país a otro, pero lo mas generalizado sq dominen los diarios locales frente a los nacionales, ya que son más baratos y manejables, lo q hacen q crezcan mucho más y sean la mayoría.
- Por ejemplo, en el Reino Unido hay solo 10 diarios nacionales. En EEUU por ejemplo, ya hay unos 1500 diarios locales, frente a los nacionales USA Today y Wall Street Journal.
- La reconversión tecnológica de los diarios: nuevas tendencias.
- Conoció una 1ª etapa a finales de los 50 y principios de los 60.
- Esta primera etapa fue liderada por pequeños periódicos estadounidenses
- Una 2ª fase, a mediados de los 70, estuvo remarcada por la sustitución de las maquinas de escribir por los videoterminals, reduciendo costes y mano de obra.

- Esta fase no se desarrolló en Europa hasta entrados de los 80, pero a mediados de la década ya estaba claro que el diario se había transformado en un medio electrónico.
- Pronto, los videoterminales fueron reemplazados por los ordenadores personales, lo que produjo reducción de costes y aumento de la capacidad de almacenamiento de información, q a su vez permitió la digitalización de las imágenes.
- Hacia finales de los 80, tanto los grandes como los pequeños diarios, se manifestaban las ventajas del PC.
- El ultimo paso dentro de la historia de los cambios tecnológicos fue desde finales de los 90, con el desarrollo de nuevos soportes digitales como los CD-ROM y la irrupción de Internet.
- Así, después de mas de tres décadas de incorporaciones tecnológicas, los diarios encuentran una nueva forma de llegar a sus lectores a través de la red.
- No se abandona el tradicional soporte del papel, sino que se suman sitios web donde publican ediciones electrónicas diarias.
- Esto ha permitido que la prensa se renueve en un contexto multimedia, reduzca tiempos de producción y costes. También ha permitido el aumento de la productividad.
- En conclusión, la adopción de nuevas tecnologías afecta a la prensa diaria en dos niveles principalmente:
  - ◆ En los procesos de trabajo, con nuevas herramientas de búsqueda e intercambio de datos.
  - ◆ En los soportes de difusión, con la posibilidad de producciones digitales bajo la forma de CDRom`s y sitios web.

### **3.3 LA RADIO (derechos d autor y música)**

- La radio es el medio electrónico con mayor penetración debido a su accesibilidad y versatilidad. Es el medio más adaptable, debido a las ondas q llegan a todo el mundo
  - ◆ La radio puede escucharse en cualquier parte, en el coche, en el trabajo, en las habitaciones de un hogar, o incluso caminando por la calle, mientras que la TV queda reducida a la vivienda.
- La radiodifusión se caracterizó por el control q los poderes públicos ejercieron sobre ella. Se mantuvo un monopolio de estado en la mayoría de los países, con algunas excepciones, en las q la radio comercial convivió con las emisoras del estado.
- En el terreno de la financiación ha habido diferentes sistemas; desde el canon sobre los aparatos receptores a las subvenciones directas del Estado o la financiación mediante la publicidad.
- En la de los ochenta, la ruptura de los monopolios permitió la emergencia de las radios comerciales.
- La desregulación ha potenciado generalmente un proceso de reestructuración del sector radiofónico, con la concentración de la propiedad, de las audiencias y de los ingresos publicitarios.
- La publicidad, supone una importante fuente de ingresos en el sector radiofónico y esta concentración se traduce en un panorama dominado por las grandes compañías radiofónicas q acaparan el mayor volumen de ingresos publicitarios.
- Con relación a la emisión, la difusión de la radio se realizó tradicionalmente a través de ondas cortas, medias (amplitud modulada, AM) o largas.
- A partir de los 70 se inicio la explosión de las emisiones en frecuencia modulada (FM)
- En las ultimas décadas, las ondas medias se han mantenido estables debido a las limitaciones xa conceder nuevas licencias en estas frecuencias.
- En los 70 y los 80 se produjo una expansión de la FM, debido a la posibilidad de estéreo, ideal para los formatos musicales, algo que hizo que la radio llegara a los jóvenes, que se sentían atraídos por este tipo de nuevos programas de matriz musical. También se produjo por la entrada en el panorama

- En estos últimos años, las emisoras nacidas en épocas anteriores como negocios de tipo familiar se han ido convirtiendo en empresas gestionadas desde una orientación mas profesionalizada, es decir, se ha producido una especialización en la radio.
- La industria radiofónica recurrió a la especialización para superar la competencia televisiva, pero de manera abrumadora a partir de la música.
- De esta manera, las radios han jugado un papel destacado en la difusión de determinada música agrupada en distintos formatos que han obtenido los primeros puestos de aceptación por la audiencia.
- Algunos formatos dependen de las novedades discográficas y se basan en esa relación interesada entre artista, compositor, discográfica y radio.
  
- Radio digital:
- La radio digital tiene enormes posibilidades debido al grado de evolución de todas las tecnologías disponibles.
- La digitalización y automatización de los procesos de producción en la radio aportan una nueva estructura capaz de integrar diferentes procesos y aprovechar el material disponible en las distintas plataformas.
- Hay tres sistemas de radio digital.
- La mayoría de los países europeos han adoptado el DAB
  - ◆ La técnica DAB permite introducir muchos canales en el espectro, y con ello muchos programas, es decir, prácticamente se multiplica la capacidad de programas utilizando el mismo espectro
  - ◆ Además permite emitir un gran número de programas por múltiplex, dependiendo de la calidad que se requiera
  - ◆ La calidad es similar, aunque no igual, a la de un Compact Disc
- Los norteamericanos consideraron el sistema DAB europeo como viable y eficiente, pero la presión de la industria les llevó a desarrollar un sistema digital propio, justificado por la necesidad de una compatibilidad con la difusión de la señal de radio AM y FM y otras ventajas técnicas, el sistema IBOC.
  - ◆ Este sistema se ha convertido en el estándar preferido de los radiodifusores norteamericanos,
  - ◆ Está diseñado para transmitir señales de radio digital en las tradicionales bandas de AM y FM, nada más que con resultados diferentes.
  - ◆ Mientras en FM se obtiene un sonido con calidad similar a la del CD, en AM se obtiene una calidad equiparable a la que actualmente posee la FM.
  - ◆ Otra característica del IBOC es que, teóricamente, tanto en AM como en FM se pueden transmitir señales adicionales a las de audio, por ejemplo información sobre la música que se difunde, noticias o estado del tiempo, todo ello en una pantalla con la cual están equipados los aparatos receptores.
- Por su parte, en el 98, se aprobó el estándar para el servicio de radiodifusión de audio digital terrestre, que tiene su base en el MPEG-2 y permite:
  - ◆ sonido de alta calidad,
  - ◆ recepción estable en movimiento,
  - ◆ servicios multimedia,
  - ◆ uso efectivo de las frecuencias disponibles,
  - ◆ excelente calidad de la señal de audio
  - ◆ incorporación de servicios de datos (datos en la pantallita)
  - ◆ y la posibilidad de la utilización de los sistemas de multiplexión.
- Luego, se encuentra la distribución a través de satélite o cable, pero que ha contado con un nº poco significativo de oyentes.
- La radio digital no se expande debido al miedo a los costes y a la pérdida de las licencias.
- Los avances tecnológicos permiten recibir las emisiones radiofónicas digitales en el ordenador, por lo

que una buena estrategia seria la aproximación de los constructores informáticos a los de radio digital con el fin de aprovechar las sinergias que se producen en ambos campo.

- Los desarrollos tecnológicos son muchos, pero es preciso avanzar en los contenidos que es donde existe un mayor interrogante
- Radio en Internet:
  - ♦ Hay dos tipos de practicas on line:
    - ◊ Emisión de la programación convencional simultáneamente con la red
  - ♦ Almacenamiento de la red en archivos disponibles para consumir cuando se precise.
  - ♦ La radio en Internet permite explotar la interactividad q permite conectar a la audiencia entre si como por ejemplo con chats que reorienten el programa en directo.
  - ♦ No favorece la aparición de estrellas de la radio, si no q favorece la atención a los contenidos
  - ♦ Supone la especialización y regulación de la radio, ya que al favorecer las coberturas nacionales, permite alcanzar una audiencia lo mas amplia posible.
    - ◊ Esto transforma el planteamiento de las estrategias de penetración e implica cambios importantes en la programación y métodos de distribución
    - ◊ Se ha apuntado la necesidad de crear contenidos específicos q puedan atraer a la audiencia fuera la esfera local.
  - ♦ En conclusión, los radiodifusores deben buscar su espacio en este nuevo entorno, ya que ofrece múltiples posibilidades para llegar a la audiencia desde distintos modos y adaptarse a las nuevas tecnologías.
- Es importante al hablar de la radio, nombrar su relación con las casas de discos y la discusión sobre el pago de los derechos de autor.

### 3.4 LA TELEVISIÓN: MERCADO VS SERVICIO PUBLICO

- En EEUU se desarrolla a partir de los 50. Nace publica, lo q supone un freno a la innovación, pero después, se produce una liberalización y aparecen las TVs privadas y comerciales, q controlan el mercado.
- Esto supone el nacer de un monopolio comercial, xq las TVs q triunfan son las primeras (NBC, CBS y ABC)
- Aparecen las TVs locales, q cambian la mentalidad
- Se pasa de una TV generalista a una personalizada
- En Europa, pasa lo mismo, pero:
  - La televisión publica se fortalece de tal manera q se convierte en la única TV posible
  - Con la caída del muro de Berlín (1989) aparecen en Europa del este televisiones privadas
  - La TV publica se queda marginada y la privada pertenece a empresas occidentales
  - En Europa occidental
    - ♦ En Alemania, Reino Unido y Francia se financia el 60%
    - ♦ En Portugal, España e Italia, se mantiene el 100% de la financiación, es decir, la TV publica se refuerza

### TV POR CABLE:

- Empieza en EEUU
- Al principio tiene mucho éxito y las grandes TVs (NBC, CBS, ABC...) decaen x culpa de esto
- 2000–2002: crisis total, aumentan los costes y cae el ingreso publicitario
- Producción en EEUU: hay una dallasificación, es decir, toda la producción estadounidense maneja las series y películas q es lo q mantiene Hollywood

## **TV DE PAGO:**

- La televisión de pago es un gran negocio basado en una idea simple: se codifica la emisión y se cobra por el descodificador
- La televisión de pago en soportes analógicos se inicia a mitad de los 70 en EEUU, desde los 60 en pequeños países de Europa, y desde 1984 en los grandes.
- Además de recurrir a una nueva y poderosa fuente de financiación, de mas rápido crecimiento y mayor estabilidad q la publicidad, el abono del espectador cambiará completamente la dinámica económica de la TV.
- La progresión de la TV de pago comienza en EEUU a través del cable, tras el éxito de la cadena HBO y la liberalización del cable, con un rápido crecimiento en los 80 y los 90.
- Así, se inicia la era del cable.
- En Europa, el nacimiento oficial de la TV de pago se cifra en Canal Plus y en la fusión de las plataformas británicas por satélite analógico q dará lugar a BSkyB, los dos grandes polos de la TV de pago durante la década siguiente.

## **SATÉLITE:**

- La historia del satélite comienza con el lanzamiento del primer sistema de comunicaciones, q tardará poco en aplicarse al transporte de la señal de TV, cruzándose por tanto en las telecomunicaciones y en la TV, con grandes polémicas, dsd la constitución y reformas de INTELSAT a las batallas por el espacio.
- Un ejemplo de estas batallas son los acuerdos de Ginebra de 1977.
- En EEUU el satélite juega un papel clave en la creación de grandes mercados.
- En Europa, la historia del satélite está marcada por enrevesados episodios de encuentros y desencuentros entre países europeos.
- El satélite, se fue haciendo un asunto muy comercial, desde la privatización de Intelsat. Se lanzó el sistema Astra, al que se trasladó Eutelsat, que mas tarde fue privatizado, al igual que otros satélites

## **CABLE:**

- Respecto a la historia del cable, es aun mas antigua, y suele datarse en 1948–49 en EEUU.
- Mas allá de estos antecedentes, el cable crecerá lentamente y sin peso económico ni de audiencias durante años, hasta que se consiguió articular satélite y cable, iniciando una expansión de la TV por cable y de pago q se acelerara sobre todo en los años 80, tras la desregulación de la Cable Communication Policy Act de 1984, una ley que ordena un poco el panorama de la TV.
- En Europa, la expansión es mucho mas enrevesada y fragmentaria.
  - ◆ En los pequeños países, crecerá desde los años 70, hasta alcanzar tasas de penetración muy importantes en los 90.
  - ◆ En los grandes países, por el contrario, el cable será objeto de grandes planes de muy distinta naturaleza, en los que el único proyecto con éxito será el de Alemania, q lograra una implantación q todavía hoy supone el mayor mercado europeo de TV de pago.
- En 1994, en EEUU hay 57 millones de abonados al cable y la TV por satélite digital q surge ese año se mantendrá como minoritaria a pesar de su rápido crecimiento.
- En Europa las cifras globales ocultan realidades muy diversas de partida:
  - ◆ Desde países donde el cable es el mayoritario, en combinación otras veces con el satélite, hasta los q comparten la recepción entre satélite y ondas, e incluso aquellos en dnd la señal terrestre sigue siendo dominante.

## **TDT (TELEVISIÓN DIGITAL TERRESTRE)**

- La TDT parecía destinada a llevar a todos los hogares y a un coste modesto los beneficios de la TV

digital, desde la TV de alta definición a la gran oferta de canales y servicios interactivos.

- La mayor parte de los planes gubernamentales sobre la fecha del apagón analógico (entre el 2006 y el 2010) ha sido tachada como muy optimista, trasladándola para un plazo mínimo de 15–20 años.
  - ◆ Apagón analógico: Toda Europa entre 2006 y 2010 se dice que vera TV digital, en un monitor digital.
- En Europa, la pugna entre los soportes digitales parece saldarse a corto plazo por el dominio claro del satélite, aunque los especialistas prevén un mayor crecimiento sostenido del cable digital en medio plazo y un crecimiento mayor aun de la TDT en largo plazo.
- En EEUU, por su parte, en 2000 predominaba el satélite digital, aunque algunas estimaciones aseguran que el cable ganará esta partida.
- La TDT supone:
  - ◆ Redacción multimedia diversificada
  - ◆ Reducción de costes
  - ◆ Mas canales (dicen que se multiplicara entre 4–10 el nº actual de canales)
  - ◆ Nuevas habilidades técnicas, ya que es un nuevo sistema, requerirá nuevos conocimientos técnicos.

En conjunto, la televisión digital ha seguido un proceso relativamente acelerado, y estaría ya implantada en el año 2000 en un gran nº de hogares en todo el mundo, con proyecciones a medio plazo de crecimiento rápido.

Pero estas cifras no niegan unos escenarios nacionales muy diversos, determinados por factores múltiples.

- **PLAN DIGITAL** (cuando ya esté la TDT):
- En la arquitectura diseñada por algunos gobiernos para la consolidación de la TDT se muestran 3 pasos principales:
  - ◇ Consolidación de los canales analógicos, que servirá para potenciar la supervivencia de una televisión no codificada gratuita y federadora de públicos amplios.
  - ◇ Refuerzo de la TV de pago como locomotora de la TDT.
  - ◇ Oportunidad para abrir el mercado a nuevos operadores de TV abierta, rompiendo el sistema anterior.
- Respecto a los contenidos, se pedirán servicios de valor añadido, información útil.

## TV PUBLICA:

- Sufrirá una crisis absoluta, ya que parece evidente que una televisión con uno–tres canales difícilmente podrá competir en un mercado multicanal.
- Sin embargo, se ha señalado la necesidad de la pervivencia de la TVs publicas.
- Las TVs publicas han adoptado diferentes estrategias para luchar contra esta crisis:
  - ◆ Reforzamiento de una oferta multicanal gratuita, enriquecida con nuevos canales temáticos de servicio publico. Esto exige recursos financieros suplementarios que solo algunos Estados aportan.
  - Por lo tanto, habrá menos audiencia, pues habrá mas canales para repartir esta, y se propiciara el zapping, ya que habrá que incluir a los públicos, los canales de la TDT
  - ◆ Lanzamiento o consolidación general de su experiencia y su cartera de derechos, con el objetivo de aumentar sus ingresos y autonomía respecto al dinero publico.
  - ◆ Participaciones en las plataformas digitales de pago, así como en la TV privada y las productoras.
  - ◆ Consolidación y diversificación de sus misiones educativas, lugar donde se deben centrar para salir del pozo, poniendo especial atención en la función publica de la TV.

◆