

Autores invitados

Autor/es: [Ramón Reig](#) y [Antonio Javier Martín Ávila](#)

La comunicación en los países emergentes

[Estructura mediática en China, Rusia e India](#)

Communications in Emerging Nations

Media Structures in China, Rusia and India



RESUMEN:

El propósito de este trabajo es establecer un mapa estructural de la situación comunicativa en China, Rusia e India, tres grandes potencias que de forma progresiva se han ido posicionando en el mercado mediático global.

Palabras clave: Medios de comunicación, China, Rusia, India, Mercado

ABSTRACT: The intention of this work is to establish a structural map of the communicative situation in China, Rusia and India, three big powers that progressive form have been taking positioning in the media global market.

Keywords: Mass media, China, Rusia, India, Market

China

Hasta el año 2004, las actividades de producción y gestión de radio y televisión, así como la producción cinematográfica de compañías de capital extranjero pertenecían a la categoría de 'restringidas' y podía haber participación externa sin necesidad de un socio chino que tuviera un porcentaje accionarial mayoritario. A partir de 2007, en cambio, estas actividades han pasado a estar prohibidas. Con esta medida se limita el número de compañías extranjeras que pueden intervenir en el mercado chino y se preserva un margen de control para el gobierno.

China Radio, Film and Television Group (CRFTG)

El conglomerado mediático estatal China Radio, Film and Television Group (CRFTG) nació en el año 2001 con la intención de aglutinar todas las estaciones de difusión, compañías e instituciones que controla el State Administration of Radio, Film and Television (SARFT), es decir, el organismo chino encargado de que el sistema informativo del país funcione bajo los intereses del gobierno. El número de empleados de este conglomerado supera los 20.000 y sus ganancias rondan los 1,3 billones de dólares anuales.

La Televisión Central de China (CCTV) es la mayor empresa audiovisual del país y llega a más de 350

millones de hogares. En todas y cada una de las relaciones internacionales que CCTV establece, juega un importante papel su filial, China International Television Corporation (CITVC). Se trata de la compañía de medios de comunicación más grande y de mayores ganancias en China. CITVC es el agente internacional de CCTV y el único organismo autorizado para la importación de programas extranjeros de televisión al gigante asiático a través de la tramitación de licencias. Por ejemplo, CITVC y Venevision (Cisneros) tienen firmados acuerdos para promover la distribución de contenidos en sus respectivos mercados.

El canal internacional chino en castellano *CCTV-E* se emite en España a través de Imagenio, un servicio de la teleoperadora española Telefónica. En España, también mantiene relaciones con CCTV la corporación pública Radio Televisión Española (RTVE). Ambas entidades llevan a cabo un intercambio de contenidos propios de cada país, parecido al de Venevision, pero a menor escala.

CCTV tiene conexiones con plataformas extranjeras para emitir sus canales internacionales. Es el caso de los acuerdos con NTV Plus, filial del grupo ruso Gazprom-Media; Direct TV, propiedad de la estadounidense Direct TV Group; o Sky Digital, que pertenece a British Sky Broadcasting Group.

China National Radio y China Radio International controlan gran parte de las emisoras del país. China Radio International emite 290 horas de programación diaria por todo el mundo en 43 lenguas diferentes. La principal emisora es *CRI News Radio*, y además destacan otras en inglés como *Hit FM* y *Easy FM*. Radio Beijing Corporation (RBC) es también una estación de radio de propiedad estatal que ofrece servicios independientes a otras empresas chinas.

Por su parte, China Film Group Corporation (CFGC) es el mayor grupo chino dedicado a la industria cinematográfica, una de las pocas entidades capacitadas para importar películas extranjeras y el mayor exportador de cine local fuera de sus fronteras. Este monopolio posee junto a Hengdian Group -conglomerado chino de empresas químicas y farmacéuticas- y Warner Bros (Time Warner, EEUU), la empresa Warner China Film, uno de los primeros *joint ventures* realizados con presencia extranjera. Esta operación conjunta desarrolla productos audiovisuales y distribuye películas y series en mandarín. Otro negocio de Time Warner en China es el canal generalista CETV, del que posee un 36 por ciento de sus acciones. El 64 por ciento restante es propiedad del grupo mediático con base en Hong Kong TOM Group, que a su vez pertenece al conglomerado Cheung Kong Holdings (empresas energéticas, hoteles, etc.). CFGC tiene también un acuerdo con Sony Pictures (Sony Corporation, Japón), establecido poco después de que naciera Warner China Film.

El último grupo de CRFTG es China Radio and Television Transmission Network Corporation (China Broadcast Network), centrado en el negocio audiovisual e Internet. Precisamente el sector de la información a través de la Red¹ es el que más fuerte ha crecido en los últimos años. Con 221 millones de usuarios, China está disputando a Estados Unidos ser el mayor mercado mundial de Internet. Dado el espectacular aumento de este medio, el gobierno chino está teniendo un especial seguimiento de los contenidos que se ofrecen y no duda en prohibir todos aquellos que considera peligrosos².

Otros medios importantes del gobierno en el mapa estructural informativo chino son el periódico *People's Daily* y la agencia de noticias Xinhua News Agency. La publicación *People's Daily* pertenece al Comité Central del Partido Comunista, o lo que es lo mismo, se constituye como un órgano estatal más. Su circulación supera los tres millones de ejemplares y tiene ediciones, además de en chino, en inglés, francés, español, japonés, ruso y árabe.

Xinhua es la principal agencia de noticias del país, y una de las dos que controla el Gobierno -la otra es China News Service-. Está considerada como el mayor centro de información del país, ya que prácticamente todas las noticias que se difunden en los medios chinos pasan por ella. Su servicio *on line* ofrece noticias en seis idiomas distintos y recibe más de 80 millones de visitas diarias. Xinhua, además de agencia de noticias, es editora de prensa y posee más de 20 periódicos y una docena de magazines. Junto a *People's Daily*, es el referente para el resto de los periódicos que componen el mercado chino.

Shanghai Media & Entertainment Group (SMEG)

Es el conglomerado más grande de China junto a CRFTG. Posee una serie de compañías que se



distribuyen en nueve grupos subsidiarios. El más interesante a la hora de estudiar la estructura mediática de China es Shanghai Media Group, que posee más de 140.000 millones de dólares en activo inmovilizado y alrededor de 5.200 empleados. Sus canales de televisión más destacados son *Dragon TV*, con una programación generalista; *STVN*, que mezcla información con programas de entretenimiento, y *CBN*, centrado en información financiera y de negocios.

CBN Daily es el principal diario de Shanghai Media Group, con una circulación de 300.000 ejemplares. Su contenido, que se centra en información financiera, pretende equipararse al de las grandes cabeceras mundiales. Por su parte, *The Shanghai Television* se encuentra entre las revistas más vendidas, rondando las 400.000 unidades semanales.

Las emisoras de radio *SMG-Radio-News Channel* y *SMG-Radio-Traffic* son las más populares de Shanghai Media Group. Mientras que la primera cumple un servicio informativo continuo, *SMG-Radio-Traffic* proporciona la actualidad del tráfico durante 18 horas al día.

SMEG está inmerso en la plataforma de vídeo digital SiTV, junto a China Telecom y China Netcom. Esta plataforma, emitida a través del sistema IPTV -también conocido como Web-TV- emite más de cien canales.

En el apartado de relaciones internacionales, SMEG tiene acuerdos con CNBC Asia (NBC y Comcast, EEUU) para el intercambio de contenidos informativos y de entretenimiento. La televisión autonómica de Cataluña, *TV3*, también ha colaborado junto a SMEG en actividades de producción cinematográfica. La multinacional estadounidense Viacom es otra de las pocas empresas extranjeras que tienen negocios en China. Concretamente comparte algunos proyectos de producción de series y películas con SMEG y suministra programación infantil del canal *Nickelodeon* a CCTV.

Phoenix Satellite Television (PST)

El grupo Phoenix Satellite Television Holding, también conocido como Phoenix Satellite Television (PST), cuenta con varios canales televisivos de relevancia en el mercado audiovisual chino. Destaca el hecho de que es una de las pocas compañías privadas con capacidad de emitir información sobre acontecimientos no cubiertos por los medios del Estado. Esta cuestión tiene mucho que ver con su accionariado, ya que un 16 por ciento es de propiedad pública. El resto se lo reparten la empresa Today's Asia (37,5 por ciento), la compañía de telecomunicaciones China Mobile Hong Kong Company (19,9 por ciento) y el conglomerado comunicativo estadounidense News Corporation (17,6 por ciento), a través de su filial Xing Kong Chuan Mei Group Co.

PST produce sus contenidos en Hong Kong para estar menos controlado por las restricciones estatales y tener más libertad de información. Las personas que conectan con los canales de PST suelen ser de clase media-alta y, por lo tanto, capacitadas económicamente para poder contratar sus servicios. Con cerca de mil empleados, sus beneficios en 2008 alcanzaron los 179.000 millones de dólares.

El buque insignia de PST es el canal *Phoenix Chinese Channel*, que se emite también en el Sudeste asiático, Australia o el Norte de África. Su programación cubre un amplio repertorio de producciones chinas y extranjeras. *Phoenix InfoNews Channel* ofrece a los espectadores información desde un punto de vista más global que otros medios chinos, aunque siguen condicionados por las presiones administrativas. Por su parte, *Phoenix News & Entertainment Channel*, también llamado *Phoenix CNE Channel*, es un canal generalista que ofrece programas informativos, de entretenimiento, series y espectáculos musicales. *Phoenix Movies Channel* se centra en el cine y emite mensualmente más de 280 títulos, de los cuales el 80 por ciento son producciones asiáticas.

El último canal de PST es *Phoenix North America Chinese Channel*, ideado para los ciudadanos asiáticos que residen en Norteamérica. De carácter generalista, es emitido a través de las plataformas de televisión por satélite Direct TV (Direct TV Group, EEUU) y EchoStar (EchoStar Corporation, EEUU).

Otros canales que emiten desde Hong Kong son *Asian Television (ATV)* y *Television Broadcasts Limited (TVB)*. Este último fue el primer canal de Hong Kong en emitir en abierto. *TVB* cuenta además con los



canales *TVB Jade*, *TVB Pearl*, *J2*, *iNEWS* y *TVB HD Jade*. En lo que *ATV* se refiere, hay que destacar que es el principal rival de *TVB*, aunque este último gana con más de un 50 por ciento de la audiencia. En el accionariado de *ATV* participa *PST* con un 46 por ciento, a través de su filial *Vital Media Holdings*, dedicada también al negocio de los medios de comunicación. Otros canales que gestiona esta cadena en Hong Kong son *ATV Home*, *ATV Home America*, *ATV World*, *HD ATV*, *CTI International* y *CCTV-4*. Tanto *ATV Home* como *TVB* emiten en lengua cantonesa.

STAR Group

El grupo *STAR Group*, propiedad del conglomerado estadounidense *News Corporation*, nació en el año 1991 con la intención de convertirse en el principal promotor de la televisión por satélite en Asia. Los cinco canales que *STAR Group* ofrecía inicialmente se han transformado en la actualidad en más de 60 servicios en 13 lenguas diferentes. Con sede en Hong Kong, *Star Group* extiende sus productos audiovisuales por 63 países -dos terceras partes son asiáticos- y llegan a 400 millones de espectadores. Respecto a las emisiones en China, *Star Group* controla más de 10.000 horas de programación y posee además la mayor filmoteca contemporánea de ese país, con unos 600 títulos.

El conjunto de canales *ESPN* es propiedad de *ESPN Star Sports*, o lo que es lo mismo, un *joint venture* entre *STAR Group* y *ESPN Inc.* (*ABC-Disney* y *Hearst Corp.*, EEUU). Esta empresa conjunta ofrece la mayor red deportiva de Asia, con 17 cadenas.

Otro canal que surge como resultado de un *joint venture* es *Channel V*, propiedad de *STAR Group* y de los grupos comunicativos tailandeses *Truevisions* y *GMM Media*. *STAR Group* tiene también un negocio conjunto con *Twentieth Century Fox*, otra compañía subsidiaria de *News Corporation*. Ambas poseen *Fox STAR Studios*, que se dedica a la producción y distribución de películas y series.

Además de tener lazos de unión con *Twentieth Century Fox*, *STAR Group* mantiene convenios con otras productoras, como *Universal* (*NBC*, EEUU), *Sony Pictures* o *Paramount Pictures* (*Viacom*, EEUU). El objetivo de estos acuerdos es nutrir a la cadena *STAR Movies*. *News Corporation*, a través de *Star Group*, es propietaria del 17,6 por ciento de *Phoenix Satellite Television*, tal y como se vio en el apartado anterior.

Rusia

La situación de la estructura informativa en Rusia guarda un cierto paralelismo con la de China. Dos décadas después de la disolución de la URSS y de su régimen comunista, se sigue observando una fuerte presencia del Estado en los medios de comunicación. Los mayores grupos de comunicación de Rusia están controlados por el Estado, ya sea de forma total o a través de una participación accionarial importante. Desde la llegada del presidente Vladimir Putin en el año 2000, a pesar de difundir un discurso inicial diferente, se ha llevado a cabo un seguimiento especial de los medios con la intención de reunirlos en torno al poder y ejercer una acción informativa unilateral. Tras las elecciones de 2008 y la subida al poder de Dimitri Medvedev, la política mediática ha continuado en la misma dirección sin mostrar síntomas de un posible cambio.

Gazprom-Media

El papel más importante en los medios de comunicación rusos, y prácticamente en el resto de los ámbitos relativos a la economía, lo juega el conglomerado *Gazprom*. Este gigante, centrado en la extracción y comercialización de gas y otros hidrocarburos, aglutina negocios de todo tipo y factura un total de 110 trillones de dólares anuales con unos 450.000 trabajadores. *Gazprom* está dirigida por Víktor Zubkov, anterior jefe del gobierno ruso y actual viceprimer ministro de Rusia. Zubkov relevó en el cargo a Dimitri Medvedev, que pasó directamente a la presidencia del gobierno.

En su accionariado destaca la presencia estatal, que cuenta con un 38,4 por ciento a través de la Agencia Federal Rusa para la Dirección de Propiedad Federal, conocida como *Rosimushchestvo*. El gobierno también participa en *Gazprom* a través de *Gazprombank*, que es filial de la propia multinacional y tiene un 41,2 por ciento de sus acciones. Precisamente *Gazprom* controla a *Gazprom-Media*, su división



mediática, a través de Gazprombank -negocios en la banca-, a la cual se la vendió en 2005. El gigante gasístico controla a su filial bancaria de forma directa con un 62,6 por ciento de sus acciones. El resto las poseen otras de sus filiales como Gazfond y Gazprom Export. En el accionariado de Gazprom también está presente la compañía energética alemana E.ON Ruhrgas AG, con un 2,5 por ciento.

Es importante, pues, a la hora de analizar la estructura mediática en Rusia, comenzar por el brazo mediático de Gazprom. Un capítulo decisivo en la formación de Gazprom-Media fue el ocurrido en el año 2001, cuando el imperio mediático privado Media-Most, propiedad del magnate Vladimir Gusinski, quedó absorbido por Gazprom tras una polémica decisión de la justicia rusa. Importantes medios, como la cadena de televisión *NTV*, una de las más críticas con el gobierno, la emisora de radio moscovita *Eco* o la editora de publicaciones *Seven Days*, pasaron a formar parte de Gazprom-Media, que realizó importantes cambios en la política de sus editoriales. La filial de Gazprom se ha convertido progresivamente en uno de los mayores *holding* de Rusia y Europa, con unos ingresos totales en 2008 de 1.624 millones de dólares.

NTV es una de las principales cadenas de televisión rusas. Su audiencia alcanza los 120 millones de televidentes y puede verse en Oriente Medio, Europa o EEUU. La televisión por satélite *NTV Plus* es la compañía líder de suscripción digital en aquel país. Sus abonados superan el millón y medio, estando repartidos por las regiones de Rusia y Ucrania. *NTV* establece relaciones con diferentes empresas comunicativas (BBC, TF1, CNN...), a las que compra los derechos de emisión de sus canales.

Por su parte, la estación de radio *Echo of Moscow* es una de las más sintonizadas en Rusia. Su audiencia ronda el millón de personas semanalmente y llega a cuarenta ciudades del país. *Echo* cuenta además con su propia agencia de noticias.

En lo relativo a la prensa, Gazprom-Media posee también un amplio repertorio de publicaciones. A raíz de la absorción de Media-Most, pasó a controlar la editorial Seven Days, la cual publica magazines de prestigio como *Itogi*, y diarios de relevancia como *St. Petersburg's Chas Pik*. Sin embargo, la cabecera más importante de Gazprom-Media es el diario *Isvestia*, una histórica publicación originaria de la época comunista. Gazprom compró al grupo Prof-Media el 50,17 por ciento del diario, que en esos momentos era uno de los más críticos con el gobierno de Putin. En la actualidad tiene una difusión de más de 300.000 unidades y, a pesar de haber cambiado su línea editorial, continúa siendo uno de los más relevantes.

Otro diario importante en el sistema comunicativo ruso es *Kommersant*, que cuenta con una tirada de 175.000 ejemplares. La casa editorial Kommersant, que publica esta cabecera, es propiedad del conglomerado industrial ruso Metalloinvest. Su presidente, Aliser Usmanov, es además una pieza clave en la dirección de Gazprominvestholding, compañía filial de Gazprom dedicada al metal y otros negocios industriales. Antes de ser comprado por Metalloinvest en 2006, *Kommersant* jugaba un importante papel como portavoz de los partidos opositores al gobierno. A partir del cambio, su ideología es más afín al Kremlin. Se aprecia, por tanto, una clara relación entre *Kommersant* y el gobierno ruso a través de las empresas metalúrgicas Metalloinvest y Gazprominvestholding. También existe una clara conexión entre periódico y Estado en el diario *Rossiyskaya Gazeta*, que es propiedad directa del Kremlin. Cuando informa sobre decretos, documentos o leyes, cumple funciones de Diario Oficial.

VGTRK

Un grupo también cercano al Gobierno, en este caso de forma total al ser una compañía pública, es All-Russia State Televisión and Radio Company (VGTRK), que reúne siete cadenas de televisión, cinco estaciones de radio, una agencia de información y más de 80 cadenas y estaciones de radio locales. Esta propiedad estatal participa también, con un 32 por ciento, en la cadena paneuropea *Euronews*, así como en producciones cinematográficas y exportaciones de películas.

Su canal *Russia TV*, también conocido como *Channel 2*, es la segunda televisión más vista del país por detrás de *Channel One*. La programación y la línea política de estas dos cadenas líderes son muy similares, por lo que se han convertido en competidoras directas. Sus beneficios anuales por publicidad, unos 1.000 millones de dólares, son los mayores de todo el mercado televisivo ruso.



Vesti-FM es estación de radio todo noticias 24 horas, mientras que la agencia de noticias estatal *RIA-Novosti* es una de las primeras fuentes de información del gobierno ruso y de gran parte de los medios cercanos a él. Trabaja con información de todo tipo y en distintos idiomas. Otra agencia rusa apegada al gobierno y con importantes conexiones internacionales es *ITAR-TASS*. Ambas empresas informativas tienen su origen en la antigua Unión Soviética. Entre las agencias privadas independientes destaca *INTERFAX*, con importantes delegaciones en Asia.

VGTRK, que es conocida también como *RTR* o *RTR Group*, tiene acuerdos con *Asia Satellite Communications -General Electric* y *CITIC Group-*, que a través de su plataforma *AsiaSat 2* lleva los programas del grupo ruso hasta Asia y Oceanía.

Otros importantes canales de televisión en los que existe participación gubernamental son *Channel 1*, *TV Center* y *Zvezda*. El primero de ellos es el más visto del país, llegando al 98 por ciento de los hogares rusos. Francesc Serra Massansalvador afirma que es la principal fuente de información -si no la única- de buena parte de la población rusa en el interior y el exterior, mediante sus transmisiones por satélite. El 51 por ciento de su accionariado es propiedad del Estado, estando el resto repartido en compañías bancarias como *ORT Bank Consurtium* (24 por ciento) o *RastrKom 2002* (14 por ciento). Por su parte, *TV Center* es propiedad de la administración moscovita y se centra en una audiencia mayor de 40 años interesada en los aspectos locales. En cuanto a *Zvezda*, tiene como rasgo más importante su pertenencia al Ministerio de Defensa ruso.

Prof-Media

Este *holding*, propiedad del conglomerado *Interros*³, cuenta con la más importante diversificación de medios privados en Rusia. Su volumen de beneficios, que se acerca a los 500 millones de dólares, está entre los que más crecen cada año.

Prof-Media posee los canales *MTV Rusia* y *VHI Rusia*, tras hacerse con el total del accionariado de *WasfarerMedia*, un *joint venture* que compartía con *Viacom*. Sus otras dos televisiones, *TV3 Network* y *2x2 TV Channel*, se centran en el entretenimiento.

Mención importante merece también su presencia en Internet a través de *Rambler Media*, grupo creador de varios portales con bastante éxito. Es el caso de *rambler.ru*, que recibe más de 20 millones de visitas mensuales.

En lo relativo a las publicaciones de prensa, *Prof-Media* destaca en la actualidad por ser propietario de *PH Afisha*, líder en el mercado de revistas de entretenimiento y diversión. En 2007, un año después de hacerse con *PH Afisha*, *Prof-Media* vendió *Komsomolskaya Pravda Editors*, la mayor compañía de prensa en Rusia, a *Media Partner*, una filial de la compañía energética *ECN Group*. El diario *Komsomolskaya Pravda*, de carácter sensacionalista, es hoy junto al diario *Trud*, uno de los más vendidos. *Trud* es propiedad de *Media3*, que a su vez es filial del *PromSvyazCapital Group*, un conglomerado centrado en diversas actividades económicas.

Otras publicaciones importantes de *Media3* son las revistas *Extra M Media* y *Argumenty I Fakty*. De carácter privado es también el periódico *Novaya Gazeta*. En él trabajó la periodista rusa *Anna Politkovskaya* antes de su muerte. Actualmente su accionariado es compartido por el ex presidente ruso, *Mijhail Gorvachov*, que tiene un 49 por ciento, y por una plataforma de periodistas, con un 51 por ciento.

Prof-Media posee también *Central Parneship*, a través de la cual coordina *Central Parneship Sales House*, dedicada a la explotación de estudios cinematográficos, y *Video24*, una página web dedicada al mundo del cine. *Central Parneship* es la encargada de distribuir los productos de *Paramount Pictures*. Se aprecia por tanto una nueva relación comercial entre el brazo mediático de *Interros* y *Viacom*.

Otra de las empresas asociadas a *Prof-Media* es *Gazprom-Media*, que compra los derechos de algunos de sus canales para emitirlos a través de *NTV Plus*.



Independent Media Sanoma Magazines

Independent Media es un importante grupo comunicativo ruso que centra su actividad en la publicación de revistas. En el año 2005, la subsidiaria del grupo finlandés Sanoma WSOY, Sanoma Magazines, adquirió Independent Media, dando lugar a Independent Media Sanoma Magazines (IMSM). En la actualidad lanza más de 50 publicaciones, que acumulan unos 10 millones de lectores en Rusia y Ucrania. IMSM posee Fashion Press, un *joint venture* con el *holding* norteamericano Hearst Corporation que publica revistas como *Robb Report*, *Cosmopolitan* o *BAZAAR*.

Junto a la compañía italiana Mondadori, propiedad del conglomerado Fininvest, IMSM publica la revista *Grazia*. Además, forma parte junto a Dow Jones Company, propiedad de News Corporation (EEUU), y Pearson Overseas Holding (Reino Unido), del *joint venture* Business News Media, editor del diario de negocios *Vedomosti*.

IMSM también cuenta con el 50 por ciento de la editorial de libros Alpina Bussines Books y con los diarios *The Moscow Times* y *St. Petersburg Times*. El primero está editado por su filial United Press y el segundo por Neva Media. El grupo Prof-Media cuenta con el 25 por ciento de las acciones del diario *St. Petersburg Times*.

CTC Media

CTC Media es uno de los grupos comunicativos privados con más fuerza en Rusia. Tiene en su poder los canales de televisión *CTC TV*, *Domashny* y *DTV* y las productoras Costafilm y Soho Media. Posee además *Channel 31* en Kazajistán y varias compañías de televisión en Uzbekistán y Moldavia. CTC Media es fruto de un *joint venture* entre Alfa Group -conglomerado ruso con actividades industriales, financieras, energéticas, etc.-, que posee un 26 por ciento, y Modern Times Group AB -filial mediática del conglomerado sueco Investment AB Kinnevik-, con un 40 por ciento.

Los contenidos de sus canales no tratan temas políticos para evitar una posible estrategia del Gobierno en su contra. Lo cierto es que existe una relación de CTC Media con el gobierno ruso a través de Alfa Group y Gazprom. Ambos conglomerados tienen negocios conjuntos en la compañía energética TNK-BP. *Domashny* se centra en programas femeninos de carácter familiar y *DTV* en el mundo del cine. *CTC TV*, por su parte, es un canal de entretenimiento enfocado a un público joven.

Para cerrar el capítulo referido a la estructura mediática rusa, hay que hacer referencia al canal de televisión privado *REN-TV*. Su importancia radica en la presencia de un grupo extranjero en su accionariado: Berterlsmann, a través de *RTL*. Este gigante mediático alemán posee el 30 por ciento de la cadena. El resto de las acciones están repartidas entre la metalúrgica Severstal (35 por ciento) y la energética Surgutneftegaz (35 por ciento).

REN-TV y *CTC TV* tienen la característica común, no muy habitual en el mercado televisivo ruso, de tener presencia extranjera en su accionariado. En el mercado de prensa ocurre lo contrario. Al anterior caso del grupo finlandés Sanoma WSOY en las publicaciones de Independent Media, se le unen otros como el del grupo alemán Axel Springer, que cuenta con una filial en Rusia llamada Axel Springer Rusia y edita revistas como *Forbes* o *Newsweek*; o el de Berterlsmann, que vuelve a introducirse en el mercado ruso a través del grupo Gruner + Jahr Rusia, con publicaciones como *Geo* o *Gala*. El grupo francés Lagardère también está presente en este mercado a través del *joint venture* entre Hachette Filipacchi Shkulev e Intermedia Group. De esta forma publican revistas como *Star Hit*, *Elle*, *Marie Claire* o *Maxim*.

India

La situación mediática en la India, a diferencia de China y Rusia, se asemeja bastante a la que existe en los países occidentales. En este país se aprecia una notable intromisión de compañías extranjeras en el negocio de la comunicación, ya sea formando *joint ventures* o estableciendo sus propias sociedades. La enorme población de la India y el progresivo aumento del poder adquisitivo de sus habitantes son manjares muy atractivos para los inversores.

Una de las características de la economía india en las dos últimas décadas ha sido su liberalización, dando



lugar a una mayor flexibilidad de las telecomunicaciones y provocando la aparición de nuevas tecnologías de la información y de una potente industria del entretenimiento. La periodista Ana Fiol aprecia que la política desreguladora del gobierno ha conducido al fortalecimiento del mercado informativo y a la diversificación de las opciones del consumidor indio, dando lugar a la creación de un sistema al más puro estilo capitalista occidental.

En relación a las más de 400 lenguas que se hablan en la India, hay que tener presente el gran abanico de medios especializados en una determinada lengua que no pertenecen a grandes grupos ni juegan un papel importante en la estructura mediática de la India. Los idiomas oficiales son el hindi y el inglés, ambos predominantes en los medios.

Prasar Bharati

Este grupo, la mayor corporación de medios públicos en la India, nació en 1997 con la intención de equipararse a los sistemas públicos informativos de occidente. Desarrolla sus funciones a través de Doordarshan Television Network y All India Radio. Doordarshan es una de las mayores compañías del mundo en cuanto a infraestructuras se refiere, lo que le permite llegar a casi toda la población del país. Asociada a Doordarshan se encuentra Development Communication Division (DCD), una compañía encargada de coordinar las actividades de producción internas de la cadena y comercializar sus productos.

Al igual que ocurre con Doordarshan, la compañía All India Radio cuenta con una potente infraestructura. Su cobertura llega al 91,79 por ciento del territorio y abarca el 99,14 por ciento de la población.

Prasar Bharati ha establecido acuerdos con las plataformas Sky TV (British Sky Broadcasting, Gran Bretaña) y DirectTV (DirectTV Group, EEUU) para la difusión de algunos de sus canales.

Network 18

Network 18 es uno de los mayores grupos comunicativos de la India. Sus actividades se reparten entre canales de televisión, prensa, Internet, producción de películas y contenidos para móviles. El 51 por ciento de las acciones del grupo son propiedad de Raghav Bahl, un multimillonario indio. Los medios de comunicación que posee están reunidos en las compañías TV18, Viacom18, Global Broadcast News (GBN, también conocido como ibn18 Broadcast) y Web18.

En el accionariado de TV18 están presentes, además de Network18 con un 51 por ciento, algunas instituciones privadas y públicas de la India. En total cuenta con 3 canales: *CNBC-TV18* (inglés), *CNBC Awaaz* (hindi) y *NewsWire18*. Los dos primeros, fruto de un *joint venture* con CNBC Asia, son líderes de información económica, mientras que *NewsWire18* ofrece información financiera en tiempo real. Network18 adquirió a este último cuando se hizo con CRISIL MarketWire, la primera agencia india de noticias financieras en tiempo real. La reputación de esta compañía es tal que la Bolsa Nacional de la India llegó a un acuerdo con TV18 para crear el centro nacional de medios National Stock Exchange-TV18 y potenciar así la información bursátil.

TV18 es el principal accionista de Global Broadcast News, compañía que participa en tres *joint ventures*. En el primero de ellos está aliado con Turner International (Time Warner, EEUU) para producir la cadena *CNN-IBN*. En el segundo tiene lazos con el periódico Lokmat (Lokmat Group, India) y ambos producen *IBN-Lokmat* en lengua Marathi. Por último, *GBN* posee el canal *IBN-7* junto a la compañía india Jaghram Pakrasam, que será tratada en el siguiente apartado.

La compañía Viacom18 es fruto de un *joint venture* entre Network18 y la norteamericana Viacom. Gracias a esta unión, Network18 ofrece canales como *MTV India*, *Nickelodeon India* o *Colors*. Este último compite directamente con otros como *Zee TV* (Zee Network, India), *STAR one* (News Corporation, EEUU) o *Sony Entertainment Television* (Multi Screen Media Pvt., un *joint venture* de Sony Entertainment International, Capital Int. Japan y otras empresas indias, Japón).

Network18 cuenta además con una fuerte presencia en la Red a través de todos los portales que aglutina Web18. Gracias a un acuerdo con Forbes Media (Axel Springer, Alemania), Network18 también publica



la revista *Forbes India*.

Independent News & Media

Un lugar importante en la estructura informativa india ocupa el grupo comunicativo irlandés Independent Media & News (INM), propietario del 21 por ciento de Jaghram Pakrasam. Esta última compañía, de origen indio, es la editora del periódico en lengua hindi *Dainik Jagran*, que es el más vendido en ese país, el más leído en todo el mundo (55,7 millones de lectores) y uno de los medios indios más prestigiosos en cuanto a fiabilidad y rigor informativo.

Jaghram Pakrasam diversifica su actividad empresarial a través de negocios en la impresión y publicación de periódicos y revistas, Internet, soluciones de *marketing* y contenidos para móviles.

Entre las diferentes empresas que constituyen este grupo indio, además de *Dainik Jagran*, destacan otras como el diario *i-Next*, que ha conseguido hacerse un hueco entre los más leídos del país a pesar de haber nacido en 2006. Dicho diario está dirigido a un público joven de entre 18 y 35 años (el 50 por ciento del total de la población india) a través de nueve ediciones bilingües.

Jaghram Pakrasam tiene también una fuerte presencia en la Red gracias al negocio que comparte con Yahoo India: *jagram.com*. Este espacio de noticias en lengua hindi es uno de los más visitados y con más proyección del panorama cibernético indio.

En cuanto a Independent News & Media⁴, es importante apuntar que lanza el periódico *Evening Herald* en Irlanda y *The Independent* en el Reino Unido. Es dueño además de *Londoncareers Magazines*, la mayor revista de empleo londinense.

El segundo periódico de más audiencia en la India es el *Dainik Bhaskar*, con 12,8 millones de lectores, casi cuatro menos que *Dainik Jagran*. El diario *Bhaskar* es propiedad del grupo indio Dainik Bhaskar Group, que posee periódicos como *DNA* -un *joint venture* con el conglomerado Essel Group-, *Divya Bhaskar* o *Bussines Bhaskar*; emisoras como *MY FM*; compañías de gestión y distribución de contenidos audiovisuales como *3D Syndication* (también en *joint venture* con Essel Group) y compañías de contenidos para móviles como *Meramobi* -un *joint venture* con el grupo estadounidense Pitroda Group-. Cuenta también con negocios en el ámbito de la industria textil, la educación o los servicios inmobiliarios.

Zee Entertainment Enterprises (Zee Network)

El siguiente grupo es propiedad de Essel Group, un conglomerado indio que abarca multitud de negocios en distintos sectores económicos. La oferta de Zee Entertainment Enterprises, centrada mayoritariamente en canales de televisión por satélite, cable e Internet, se extiende por 167 países, con un alcance estimado de 500 millones de espectadores. Sus más de 80.000 horas de producciones le convierten en el mayor creador de contenidos en lengua hindi del mundo. Todas estas cifras se traducen en unos beneficios brutos en 2008 superiores a los 300.000 millones de dólares.

El canal referencia del grupo es *Zee TV*. Sus contenidos solo se emiten en lengua hindi y están basados en el entretenimiento general. *Zee Tv* compite directamente con canales como *STAR One* (News Corporation, EEUU), *Colors* (Network 18, India) o *Sony Entertainment Television* (Multi Screen Media Pvt., Japón).

TEN Sports es un canal de deportes muy importante en la oferta de Zee Entertainment Enterprises. El grupo indio se hizo con el 50 por ciento de Taj Television, que además de producir *TEN Sports* cuenta con instalaciones de estudios digitales y servicios de transmisión integrados. Algunos de sus clientes son DirectTV (DirectTV Group, EEUU) o YesTV (Yes Television Asia, Hong Kong). Esta última compañía produce y distribuye canales de televisión en abierto y de pago por toda Asia.

Algunos de sus canales propios son *Goal TV* y *All Sport Network*, ambos dedicados al deporte. El otro 50 por ciento de Taj Television es propiedad de Bykhatir Group, un conglomerado originario de los Emiratos Árabes.



En el mundo de la comunicación, además de Zee Entertainment Enterprises, Essel Group posee Zee News. Anteriormente ambas compañías estaban unidas, sin embargo, ahora operan por separado. La función que desempeña Zee News dentro de Essel Group es la de una compañía especializada en noticias e información regional e internacional.

El negocio de la televisión por cable está bien cubierto gracias a Dish TV, que junto a Siticable es la empresa más importante de Essel Group en este sector. A través de esta plataforma televisiva, el conglomerado indio establece relaciones comerciales con otras empresas y grupos mediáticos internacionales para la emisión de canales y contenidos. Algunos ejemplos son los acuerdos con las multinacionales estadounidenses ABC-Disney y Hearts Corporation para la emisión del canal deportivo *ESPN*, o con el gigante japonés Sony Pictures para la emisión de *Animax*.

Essel Group participa también en un *joint venture* junto a Turner International (Time Warner, EEUU) denominado Zee Turner. El principal objetivo de esta unión es la distribución de los productos Turner por toda la India y otros países vecinos, como Nepal o Bhutan. De esta forma, canales como *Cartoon Network*, *Pobo*, *HBO* y *CNN*, o películas y series propiedad de Time Warner se difunden por las diferentes plataformas audiovisuales de Essel Group y por su cadena de cines Fun Multiplex Pvt.

Essel Group es accionista de United News India (UNI), una de las dos principales agencias de noticias del país asiático, a través de su compañía Media West Pvt. UNI cuenta con cerca de 600 periodistas repartidos por la India y por sus corresponsalías internacionales en ciudades como Washington o Sidney. La otra gran agencia es Press Trust of India (PTI), de tipo no lucrativo y con una gran red de conexiones a otras agencias internacionales como Associated Press o Agence France-Presse. Entre sus clientes fijos se encuentran *All India Radio*, *Doordarshan*, *Times of India* o *Indian Express*.

HT Media

HT Media es uno de los grupos con más tradición de la India. Actualmente cuenta con importantes cabeceras que lo sitúan en una posición relevante en el sector de la prensa. Los beneficios del grupo rondan los 300 millones de dólares anuales.

El periódico *Hindustan Times* es una de las principales cabeceras indias de información general en inglés. Fundado en el año 1924 por Mahatma Gandhi, hoy día tiene una difusión de 1,7 millones de unidades y unos 3,5 millones de lectores. HT Media publica también *Hindustan*, periódico dirigido a los hablantes en lengua hindi.

Por su parte, *Mint* es uno de los diarios de referencia en lo que a información económica se refiere. Su reputación se debe, en gran medida, a que en él colabora directamente *Wall Street Journal* (Dow Jones y News Corporation, EEUU). Se establece, por tanto, una conexión entre HT Media y News Corporation a través de *Mint*. Puede afirmarse que HT Media, con *Hindustan Times* y *Mint*, domina el sector de las publicaciones de prensa en inglés.

A través de su filial HT Music & Entertainment Company, en la cual participa Virgin Radio (Virgin Group, Reino Unido), este grupo indio posee la emisora musical Fever 104 FM.

HT Media tiene presencia en Internet con Firefly e-ventures, una subsidiaria que aglutina páginas como *hindustantimes.com*, *livemint.com*, *desimartini.com*, *54242.in* y *shine.com*. Otras empresas con las que HT Media mantiene relaciones son la germana Hurbert Burda Media, editora de un gran número de revistas como *Playboy*, *Elle* o *Focus*; la británica Velti, centrada en el desarrollo de tecnologías y contenidos para móviles, y la israelí Redmatch, dedicada a la creación y mantenimiento de productos *on line*.

The Times Group (Bennett, Coleman & Co.)

El grupo comunicativo The Times Group, también conocido como Bennett, Coleman & Co., es un referente en el mercado indio gracias a los diferentes medios que posee. Cuenta con más de 7.000 empleados y factura cerca de mil millones de dólares anuales. Las dos principales cabeceras del grupo son



The Times of India y The Economic Times.

El primero de ellos es el periódico en lengua inglesa más vendido en la India. Su difusión diaria sobrepasa los 3 millones de ejemplares, consiguiendo una audiencia de más de 13 millones de lectores. En cuanto a *The Economic Times*, es el periódico económico con mayor tirada de la India y el segundo del mundo, solo superado por *The Wall Street Journal* (News Corporation, EEUU). El color rosado del papel y la información financiera de *The Economic* consiguen atraer a alrededor de unos 600.000 lectores diarios. Tanto esta cabecera como *The Times of India* compiten directamente con *Hindustan Times* y *Mint*, ambas del grupo HT Media, por los lectores indios de lengua inglesa.

Los periódicos *Navbharat Times* y *Maharashtra Times* están dirigidos a los lectores de lengua hindi y marathi respectivamente. Ambos periódicos disfrutan de una buena posición en sus mercados.

The Times Group y BBC Magazines, una división del grupo británico British Broadcasting Corporation (BBC), poseen un *joint venture* denominado Worlwide Media, que se centra en la publicación de revistas. Fruto de ello es *Femina*, que trata temas relacionados con el género femenino, o *Filmware*, dedicada al mundo del cine y las estrellas.

En el ámbito radiofónico, *Radio Mirchi* es la empresa propiedad de The Times Group que opera en la India. Esta cadena cuenta con una amplia red de estaciones, repartidas por 33 ciudades e incluso por algunos metros del país. *Absolut Radio*, *Absolut Xtreme* y *Absolut Classic Rock* son cadenas de radio que operan en el Reino Unido y que pertenecen a Times Infotainment Media (TIML), una filial de The Times Group.

Times Business Solutions (TBSL) es una de las dos filiales de The Times Group encargadas de desarrollar sitios webs. Páginas como *timesjobs.com*, *simplymarry.com* y *magicbricks.com* son un ejemplo del trabajo de TBSL. La otra subsidiaria que desarrolla contenidos para Internet es Time Internet Limited (TIL), creadora de *indiatimes.com*, uno de los mayores portales indios de información general, y de *timesofmoney.com*, dedicado a transferencias y actividades monetarias.

Finalmente, este grupo mediático cuenta con tres canales de televisión: *Zoom*, *Times News* y *ET Now*. Los dos últimos canales son fruto de un *joint venture* entre The Times Group y Reuters Group (Thomson Reuters, Reino Unido). Ambos se centran en contenidos informativos y, en el caso de *ET Now*, que nació en junio de 2009, en información económica. Por su parte, *Zoom* es un canal dedicado al entretenimiento.

Tata Sky

La plataforma de televisión por satélite Tata Sky surgió en el año 2004 tras un acuerdo de *joint venture* entre el oligopolio indio TATA Group⁵ y el grupo británico British Sky Broadcasting Group (BSkyB), propietario de Sky TV. Este sistema de televisión por satélite se expande por Gran Bretaña, Irlanda, Italia, Nueva Zelanda y la India. En el año 2008, solo en Gran Bretaña, contaba con 9 millones de abonados.

Casi el 40 por ciento del accionariado de BSKyB es propiedad de News Corporation, que una vez más, y no será la última que se trate, se encuentra inmerso en un negocio en medios de comunicación de este país. De esta forma, el poder económico de TATA Group y la experiencia de BSKyB han dado lugar a una de las plataformas con más abonados en la India.

Star Group India

Esta empresa, propiedad de News Corporation, juega un importante papel en el mercado indio de televisión por satélite. Su oferta es similar a la que ofrece Star Group desde Hong Kong, por ello, teniendo en cuenta que en el apartado relativo a China ya se trató a este otro grupo propiedad de News Corporation, las siguientes líneas se centrarán en las características de Star Group India.

Algunos de sus canales son negocios compartidos con otras empresas. Por un lado, Asianet, Asianet Plus, Suvarna, Sitara y STAR Vijay pertenecen a STAR Jupiter, un *joint venture* entre STAR Group y el grupo indio Jupiter Entertainment Ventures. Por otro lado, STAR Ananda, STAR Majha y STAR News son



propiedad de Media Content and Communications Services (MCCS), un negocio entre STAR Group India y ABP Pvt. Esta última compañía es a su vez propiedad de Ananda Editors, un grupo mediático indio que lanza periódicos como el *Ananda Bazar Patrika*, el más vendido en lengua bengalí, y revistas como *Businessworld*, con gran prestigio en el terreno de los negocios.

Otros *joint ventures* en los que STAR Group está presente son Hathway Cable, junto al grupo de empresas del multimillonario indio Rajan Raheja, y STAR DEN, donde comparte negocio con DEN Digital Entertainment Networks Pvt. Hathway Cable es uno de los mayores operadores multiservicio del país, mientras que STAR DEN es una plataforma de distribución de canales de televisión que opera en la India y en algunos países de su entorno.

Conclusiones

El Estado chino lleva a cabo una política económica que afecta directamente a los medios de comunicación en la medida que estos son utilizados, o bien como portavoces del gobierno, o bien como negocios tutelados. Es en este último caso cuando pueden aparecer voces distintas a las oficiales, dependiendo de que el medio se arriesgue a hacerlo o no, ya que puede perder sus permisos y dejar de lucrarse en uno de los mayores mercados informativos del mundo.

Además de la gubernamental, existen otras fuerzas que tienen forma de grandes multinacionales con una capacidad económica igual o superior a la de muchos países del mundo. Pongamos como ejemplo el oligopolio TATA Group, capaz de influir en las decisiones del gobierno indio, debido a su dinámica nacional e internacional.

En el caso de Rusia, además del importante poder que siguen manteniendo el ejército y algunos oligarcas, el papel de Gazprom es fundamental. Todo el sistema ruso es una fusión entre los intereses económicos de Gazprom y los políticos del Gobierno, junto al grupo público VGTRK. En China, aunque la mayor fuerza la establecen los miembros más tradicionales del Partido Comunista Chino, cada vez se nota más la influencia de las corrientes mercantiles. Poco a poco, CCTV va estableciendo alianzas con compañías extranjeras para incorporar nuevos productos que aumenten sus beneficios. Los medios que controla el gobierno se han convertido en auténticos gigantes de hacer dinero.

Bibliografía Biagi, S. (2005). *Impacto de los medios. Introducción a los medios masivos de comunicación*. Madrid: Cengage Universitario. Bustelo, P. (2010). *Chindia. Asia a la conquista del siglo XXI*. Madrid: Tecnos; Real Instituto Elcano. Fiol, A. (2001). Propiedad y acceso a los medios de comunicación en el mundo. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, No. 74. Kiriya, I. (2007). Las industrias de la información y de la cultura en Rusia: Entre mercadería e instrumento. *Zer* [en línea], No. 22. Disponible en: http://www.ehu.es/zer/zer22/ZER22_kiriya.pdf [Consulta: 2009, 26 de abril]. Politikovskaya, A. (2005). *La Rusia de Putin*. Madrid: Debate. Reig, R. (2004). *Dioses y diablos mediáticos: cómo manipula el Poder a través de los medios de comunicación*. Barcelona: Urano. Serpes, C. (2009). IRS R1 2009: *No surprises in the dailies report - Dainik Jagran, TOI maintain leads*. Serra Massansalvador, F. (2008). *Chechenia: Rompamos el silencio*. Barcelona: Icaria. VV.AA. (2008). *El Mercado Audiovisual en China*. Valencia: Instituto Valenciano de la Exportación; Generalitat Valenciana. CNTN: <http://english.cntv.cn/01/index.shtml>. [Consulta: 2009, 28 de junio]. *Independent Media*: <http://english.imedia.ru/about/> [Consulta: 2009, 16 de junio]. <http://prasarbharati.gov.in/> [Consulta: 2009, 20 de junio]. <http://us.starv.com/> [Consulta: 2009, 2 de julio]. <http://www.chinaknowledge.com/Business/CBGdetails.aspx?subchap=4&content=20#Newspaper> [Consulta: 2009, 1 de julio]. http://www.exchange4media.com/IRS/2009/fullstory.asp?Section_id=40&News_id=34698&Tag=29972 [Consulta: 2009, 28 de junio]. <http://www.gazprom.com/about/today/> [Consulta: 2009, 26 de abril]. <http://www.ifeng.com/phoenixtv/77405618595430400/index.shtml> [Consulta: 2009, 26 de mayo]. <http://www.indiatimes.com/aboutus/show/1522031.cms> [Consulta: 2009, 18 de junio]. <http://www.metinvest.com/eng/> [Consulta: 2009, 18 de junio]. <http://www.network18online.com/> [Consulta: 2009, 24 de junio]. http://www.nytimes.com/2007/06/26/world/asia/26murdoch.html?_r=1&scp=46&sq=rupert%20murdoch%20east&st=cse [Consulta: 2009, 15 de mayo]. <http://www.profmedia.ru/eng/about/> [Consulta: 2009, 18 junio]. <http://www.tatasky.com/corporate-info.html> [Consulta: 2009, 20 de junio]. <http://www.tnk-bp.com/> [Consulta: 2009, 14 de junio]. <http://www.zetetelevision.com/html/InvestorInformation.asp> [Consulta: 2009, 12 de junio]. **Notas**

1 Los grandes grupos estadounidenses, caso de News Corporation y Facebook Inc., intentan liderar las redes sociales en Internet. Mientras que el gigante de Rupert Murdoch cuenta con *myspace.cn*, *xiaonei.com* y *zhanzuo.com*, Facebook Inc. ya ha introducido *zh-cn.facebook.com*, una versión simplificada al chino de su exitoso *Facebook*. Por su parte, el gigante Google entró en el mercado chino en 2006 con el dominio *google.cn*, tras acordar el derecho del gobierno a censurar información.

2 La censura a determinados medios de comunicación durante los Juegos Olímpicos de Pekín 2008 y el enfrentamiento con Google Inc. por un posible caso de espionaje en 2009 ponen de manifiesto el control del gobierno chino sobre las actividades en la Red.

3 Es una de las principales sociedades de inversión del país, que se mueve en sectores como la metalurgia y la minería (MMC Norilsk Nickel), las finanzas (Rosbank), la agricultura y alimentación (Agros Group) o bienes inmobiliarios y turismo (Rhoza Khutor Companies).



4 El grupo participa con un 40 por ciento en APN News & Media, uno de los principales grupos de comunicación en la zona de Australasia y editor de *The New Zealand Herald*, el diario más vendido en Nueva Zelanda. En Sudáfrica publica 17 diarios y semanales de pago y 14 diarios gratuitos. En total, INM tiene más de 10.000 empleados en todo el mundo, publica unas 33 millones de copias a través de sus 200 cabeceras y cuenta con 100 millones de lectores, que le aportan cerca de dos mil millones de dólares anuales en beneficios.

5 TATA Group es uno de los mayores conglomerados de la India y del mundo. Cuenta con 93 compañías en siete sectores diferentes: información y comunicación, ingeniería, materiales, servicios, energía, productos de consumo y química. Sus mayores empresas son Tata Steel, Tata Motors, Tata Consultancy Services, Tata Power, Tata Chemicals, Tata Tea, Indian Hotels y Tata Communications y exportan sus productos, junto a las demás, en 140 países diferentes. Este gigante indio obtiene unos beneficios anuales de 62,5 billones de dólares y reúne a 350.000 trabajadores en todo el mundo.

