



Reseña de:
COMUNICACIÓN Y PODER EN ASIA ORIENTAL

Autores: Dani Madrid-Morales (ed.), Guillermo Martínez, Manel Ollé y Jairo Mejía
Editorial: UOC
Páginas: 200
Any: 2017
ISBN13 9788491167334
ISBN10 8491167331

Los autores analizan el funcionamiento y evolución de los medios de comunicación tradicionales y emergentes en la China, Japón y península de Corea, y sus relaciones con el poder político, la libertad de expresión y la desinformación.

COMUNICACIÓN

DANI MADRID-MORALES (ED.)
GUILLERMO MARTÍNEZ
MANEL OLLÉ · JAIRO MEJÍA
**COMUNICACIÓN Y PODER
EN ASIA ORIENTAL**



EDITORIAL UOC

17 h

Reseñado por: Albert Costa Marcé. Universitat de Girona.

#medios de comunicación #internet #periodismo #Asia oriental #China #Japón #Corea del Norte #Corea del Sur #redes sociales #radio #prensa #televisión #humanidades #historia #política #filosofía #religión #libertad de expresión #desinformación

“El mayor mercado televisivo del mundo habla en chino. El vídeo más visto de la historia de Youtube, el de la canción «Gangnam Style» de Psy, suena en surcoreano. Y en japonés se expresan los protagonistas de los dibujos animados que Japón exporta a todo el mundo.”

Así empiezan los cuatro fantásticos la Comunicación y Poder en Asia Oriental, un tratado didáctico sobre la relación entre los medios de comunicación y la región del Asia Oriental, a través del cual desarrollan una exposición sin rodeos, que ofrece una visión integral y bien ordenada del tema, estructurado en una introducción y cuatro capítulos, agilizando la lectura y comprensión.

Al más puro estilo desacomplejado del guionista y creador Stan Lee y el dibujante Jack Kirby, tándem de Marvel que marcó el inicio de la Edad de Plata de los cómics, los cuatro fantásticos abordan este controvertido tema sin tapujos, de forma clara y directa: “El objeto de estudio de este libro es la relación entre comunicación y poder, ambos términos usados generosamente.” Y es que aunque Dani Madrid-Morales (ed.), Guillermo Martínez, Manel Ollé y Jairo Mejía son hábiles y sutiles con su afilada pluma nunca pierden la corrección y las formas.

Geográficamente, la obra relata una visión histórica y contemporánea de la realidad comunicativa en Japón, China, Corea del Sur y Corea del Norte. Si habéis tenido la suerte de visitar alguno de estos países del este asiático seguro que reviviréis vuestras vivencias en alguno de sus apartados.

Cada uno de los cuatro fantásticos ha desarrollado sus habilidades con la estilografía tras la exposición a experiencias profesionales, durante sus misiones intraplanetarias en cada uno de los países analizados: realizar una estancia de investigación en la Tokyo University, ser investigador visitante del National Research Centre of Overseas Sinology en Beijing, ser investigador y profesor asociado del Departamento de Comunicación y Medios de la City University of Hong Kong o corresponsal de las históricas elecciones de 2009 en Japón y de la entrada en escena de King Jong-un como nuevo líder norcoreano. Además tienen la pericia de articular un discurso expositivo apto para el público generalista, que desea profundizar por curiosidad o interés en la materia; razón por la cual está redactado con lenguaje claro y accesible, repleta de precisiones, detalles, fechas y argumentos.

Aunque cada uno de los cuatro fantásticos tiene un estilo narrativo muy diferente, en su conjunto consiguen redactar un libro compacto y coherente, de forma similar a la región que describen y representan: "En Asia oriental, aunque no hay una lengua compartida, también existe una microrregión comunicativa donde fluyen formatos y estilos, y se crean prácticas y formas de consumo similares".

La obra deja testimonio, a raíz de la investigación de los autores realizada a través de años de contacto directo con la región, de que "El estudio de la estructura de la comunicación de masas en Asia Oriental requiere más matices de las habituales oposiciones binarias entre libre y controlado, público y privado, local y global."

Este libro puede resultar interesante a investigadores, docentes y alumnos relacionados con las Ciencias de la Comunicación que quieran iniciar este viaje. Tras su atenta lectura probablemente no te volverás un superhéroe pero seguro que transformarás tus ideas previas alrededor de éste interesante tema. Analicemos cada uno de los cuatro capítulos.

Los medios de comunicación en Asia Oriental: una perspectiva histórica

Guillermo Martínez Taberner firma una introducción general histórica de los medios de comunicación en estos tres países del Asia Oriental. Doctor en Historia y máster en Historia del Mundo por la Universitat Pompeu Fabra (UPF) ha completado su formación con estancias de investigación en la Tokyo University, la School of Oriental and African Studies y la Beijing Foreign Studies University.

El autor expone con claridad la revolución que supusieron los medios de comunicación en el plano político, empresarial o sociocultural en esta región lejana. Sintetiza tres mil años de historia en poco más de cincuenta páginas, recordando la capacidad que tienen los orientales para describir y concretar conceptos generales en pocos pictogramas. Conecta oriente con occidente en repetidas ocasiones y aunque describa situaciones históricas del pasado s. XIX, cuando aparecen los primeros ejemplares de periódicos modernos, la narración resulta muy actual: "Las fuerzas de la globalización no solo supusieron la apertura comercial y la entrada

de potencias extranjeras, desencadenantes de las crisis internas, sino que también trajeron una oleada «modernizadora».

Hace más de tres milenios China inventa el papel y la imprenta mucho antes que cualquier civilización. Las primeras publicaciones se dirigen a los únicos grupos alfabetizados tales como nobles, letrados y mandarines. Misioneros, empresarios y reformistas son los responsables de la prensa moderna china. En Japón la modernización empieza en 1868 con la restauración de Meiji: "Es en esta época en la que las culturas europeas y norteamericana empezaron a ejercer influencia sobre ciertos sectores de la sociedad. Termina el Japón feudal y empieza un nuevo Japón." Corea recibe la influencia de Japón de forma constante. La prensa allí se desarrolla en el momento en que se producen contactos comerciales.

Según el autor, el potencial disruptivo de los medios es aprovechado por los sucesivos gobiernos para gestionar los flujos informativos. En este contexto se generan mecanismos de control de la información que coartan el derecho de expresión tales como la censura previa, el cierre de publicaciones o las sanciones a periodistas. Concretamente la radiodifusión estuvo muy controlada por las autoridades. En contraposición, en momentos los medios de comunicación han permitido abandonar la tradición confuciana, para adoptar principios como la democracia o la ciencia.

Hasta que en la primera mitad de siglo los medios de comunicación fueron un instrumento de comunistas y nacionalistas para la unificación de la China contra el invasor Japonés. También en Japón florece el pensamiento democrático y las ideas liberales: "En 1926 nace la NHK, la radio pública del Japón. El 40% de los contenidos eran educativos: clases magistrales, programas infantiles y cursos de idiomas. El entretenimiento ocupaba otro tercio de la parrilla, y el resto trataba la información." La inmediatez del medio, informando antes que la prensa, le da un gran protagonismo.

En 1905 la península de corea fue colonizada por el bando nipón "A pesar del ahínco con el que las autoridades japonesas trataron de aniquilar la cultura coreana, primero la prensa y luego la radio sirvieron para mantener viva la lengua y la cultura y construir un discurso acerca de la identidad nacional."

En conclusión, los medios de comunicación han tenido un papel relevante a la hora de conectar las políticas estatales y su ideología adoctrinando a los ciudadanos: "En Corea del Norte y China, el control se ejerció mediante la absorción de los medios en las estructuras del gobierno, lo que facilitó la censura y la propaganda. En Japón y Corea del Sur, tras sendos procesos de democratización, el estado perdió la capacidad de coaccionar. No obstante, en la práctica periodística perduraron arcaicos mecanismos de creación de consenso y control que contribuyeron al mantenimiento del status quo."

Transformaciones del paisaje de la información y la comunicación en China

Según el sinólogo Manel Ollé en la China "Perdura una dominante ideología y emerge la mezcla entre la propaganda y la información, y entre el control censor institucional y el impulso obstinado de ampliación del campo informativo por parte de la profesión y la sociedad". Aun así, el autor destaca que en los últimos treinta años se han desarrollado nuevos

medios, formatos y espacios que abarcan mayores espacios de expresión y comunicación.

Manel Ollé es profesor titular en Historia y cultura de China en el Departamento de Humanidades y coordinador del máster de Estudios Chinos de la UPF y autor, entre otros de *La Empresa de China: de la armada invencible al Galeón de Manila* (Acantilado 2002) y *Made in China: el despertar social, político y cultural de la China contemporánea* (Destino, 2005).

Ollé tiene un estilo muy trabajado, que recuerda el dragón mitológico y legendario chino, capaz de conyugar de forma equilibrada nueve animales: ojos de langosta, cuernos de ciervo, morro de camello, nariz de perro, bigotes de bagre, melena de león, cola de serpiente, escamas de pez, garras de águila. El escritor se sirve de varios estilos y técnicas que utiliza con viveza para comunicar ideas complejas.

Describe las transformaciones en el ámbito de la comunicación en China: "Sin dejar de ser cierto que en China hay límites asfixiantes para el ejercicio de la profesión periodística y que hay un sistema de censura, un modelo de propaganda centralizado o no pocos temas tabú y, sin dejar de ser cierto, que hay decenas de periodistas encarcelados o exiliados, que se cierran suplementos y diarios, programas y páginas web o redes sociales enteras, que se destituye o margina a periodistas que traspasan las líneas de lo aceptable por el poder y que los medios de comunicación reflejan mayoritariamente las perspectivas gubernamentales de forma acrítica, también es cierto que en China las cosas han cambiado sustancialmente".

Como si sobrevolara la Gran Muralla China, Ollé entra en la fortificación construida y reconstruida analizando las diferentes reformas y aperturas graduales del imperio así como las sucesivas dinastías, marcadas por avances y retrocesos respecto al control de la información. En la era actual, en la que Internet traspasa todos los muros la tarea del gobierno para limitar y controlar preventivamente el flujo de información procedente del exterior es una tarea que se ha complicado aunque sistemáticamente se bloqueen plataformas web, buscadores y redes extranjeras.

En este panorama mediático, el comunismo pragmático y de mercado ha favorecido el surgimiento de nuevos formatos periodísticos de orientación comercial, dejando de ser arma política. Como en la Europa occidental: "Los medios chinos se están concentrando empresarialmente en grandes grupos mediáticos tendentes a estrategias multiplataforma. Son conglomerados mediáticos que todavía no compiten a escala global pero aspiran a hacerlo, y por el momento se mueven en el ámbito regional, nacional chino o sinófono."

En este contexto el género audiovisual de mayor impacto en la China son las series de televisión. Desde junio de 2008 es el país con más usuarios de Internet (20%), que utilizan plataformas chinas tales como Sina Weibo (Twitter), WeChat (Whatsapp), Baidu (Google); RenRen (Facebook) o Youju (Youtube) las cuales permiten acceder a un flujo de información de un volumen y diversidad de fuentes sin precedentes. A la vez, China ha establecido un plan de proyección informativa para mejorar su imagen global en el mundo y aumentar su capacidad de influencia.

Inmovilismo e innovación: la comunicación de masas en Japón

El periodista e investigador Dani Madrid-Morales describe Japón como: “Denso y competitivo, tecnológicamente sofisticado, altamente centrado, influyente y diverso.[...] La japonesa es una de las sociedades que padece mayor saturación mediática. Esta se expresa a través de la publicidad visual y sonora en la calle y transporte público, en la omnipresencia de los aparatos digitales y por medio de una rica oferta de ocio audiovisual (karaoke, pachinko, videojuegos).” Tradicionalmente en Japón se ha establecido una estrecha relación entre la élite política, la empresarial y la clase periodística. Los japoneses pasan 3 horas y media ante la televisión diariamente, 2 ante internet y tienen el índice de penetración de prensa más elevado del mundo (410 copias por cada 1.000 habitantes).

Dani Madrid-Morales, investigador y profesor asociado del Departamento de Comunicación y Medios de la City University of Hong Kong y autor junto a Guillermo Martínez Tabernder, *El manga y la animación japonesa* (Editorial UOC, 2015) describe la comunicación de masas en Japón. Según el investigador, los grandes grupos que controlan los medios en el país nipón “apenas se han internacionalizado pero generan beneficios desorbitados”. A la vez, “Las revistas son famosas por practicar un periodismo sensacionalista, dejado y poco riguroso; en donde el rumor, las medias verdades y las teorías de la conspiración son usadas sin pudor”.

Madrid-Morales escribe animado y con luces de neón. Te sentirás como el protagonista de un videojuego manga en medio del increíble ambiente y la animada vida nocturna en la zona de Shibuya en Tokio. En este entorno aislado se generan procesos de digitalización y tecnología autóctona, a partir de los que “la sociedad adopta prácticas de consumo y comunicación que, o bien nunca se reproducen en otros países o llegan a exportarse mucho más tarde. El caso paradigmático es el de los emoticonos (emoji, literalmente pictogramas), creados en Japón en 1.999”.

Las dos realidades comunicativas de la península de Corea

Afirma el periodista Jairo Mejía; “A pesar de las profundas diferencias y la enemistad beligerante que divide la península en dos a través del paralelo 38, una raíz cultural común subyace y parece obligar –como una necesidad histórica- a que algún día ambos países acaben entendiéndose.” Corea abraza la modernidad y la tecnología a raíz del control nipón de la primera mitad del s. XX.

Jairo Mejía es periodista de la agencia EFE, siendo corresponsal en Tokio y Seúl. Analiza las dos realidades comunicativas de la península de Corea. Como corresponsal ha cubierto, entre otros acontecimientos, las históricas elecciones de 2009 en Japón y la entrada en escena de King Jong-un como nuevo líder norcoreano.

En Corea del Sur, la transición democrática surcoreana no fue revolucionaria sino paulatina. Por lo que se refiere a televisión, en Corea es el medio de mayor consumo. En el caso de Corea del Norte: “Siguiendo vagamente los preceptos leninistas sobre propaganda y agitación, el régimen entiende que los medios deben ser un instrumento entregado a la causa revolucionaria. En la práctica la libertad no existe y los periodistas están al servicio del Partido de los Trabajadores.

En síntesis, el primer título de este fantástico cuarteto es una piedra angular acerca de la comunicación y el poder en el Asia Oriental. Talento individual de sus creadores y fuerza de equipo. Tanto si es por puro placer como para ampliar conocimiento, una obra imprescindible.