

Os medios de comunicación de masas en China

Georgina Higuera

Aínda que moito máis tarde que outras esferas da vida cultural, social e incluso política de China, os medios de comunicación de masas chineses non teñen sido alleos á transición que vive o país máis poboado do planeta desde unha economía rixidamente planificada a unha de libre mercado. O camiño iniciado en decembro de 1978 coa chamada de Deng Xiaoping á modernización da agricultura, da industria, da ciencia e a tecnoloxía e do Exército no marco dun poder monolítico, non tivo en conta o anacronismo de afastar á información dos novos ventos de liberdade que comezaban a soprar en China. De pouco serviu que a nova Constitución de 1982 proclamara no seu artigo 35 que “os cidadáns da República Popular gozan de liberdade de expresión, de prensa, de reunión, de asemblea, de asociación e de manifestación”. Ata hoxe en día ese artigo non deixa de ser conto chinés. Na República Popular fundada por Mao Zedong en 1949 un é libre de facerse rico pero non se pode escribir, nin informar con liberdade. Hai dúcias de regulacións e leis que poñen filtros a ese artigo 35 da Constitución e no seu nome establecen o control polos distintos órganos estatais para publicar, emitir e distribuír información. Toda manifestación mediática está sometida á autorización previa do Estado, incluído o cine e a importación de películas que require a autorización e revisión do departamento de censura.

Pese a iso, no que levamos de século fíxose evidente que a transición comeza a implantarse nas empresas dos medios de comunicación social, que finalmente non quixeron quedar á marxe do despregue económico que levanta o país. En 2005, China xa é o primeiro receptor do mundo en investimento estranxeiro e este comezou a penetrar no sector da comunicación. A necesidade das empresas de comunicación de facerse produtivas abriu as portas á presenza de socios estranxeiros, que traen consigo non só técnicas administrativas modernas, senón un concepto de medio de comunicación occidental, aínda que o dereito á liberdade de expresión siga coartado. O tempo no que os medios de comunicación sobrevivían de subvencións públicas e subscricións obrigatorias terminou. Agora deben render beneficios económicos ou desaparecer e evidentemente, na era de Internet, teñen os seus días contados aqueles medios que non modernicen a empresa e manteñan un contido arcaico.

Como ten feito coas estruturas sociais do país, a economía será a que arrastre aos medios pola senda da liberdade, unha liberdade dentro das marxes do pragmatismo chinés, pero mexida nun vento que as barreiras do réxime non serán capaces de deter.

A publicidade inexistente ata 1979 converteuse, como en Occidente, nun elemento básico da xestión dos medios, que nestes últimos anos, igual que noutros

sectores empresariais, pasaron de ser públicos a permitir a entrada de capital privado. Os grupos públicos que ostentan a propiedade dos medios poden agora privatizar a parte dedicada a aspectos comerciais e de distribución, sempre que non supere o límite do 49%. O 51% restante ha de quedar en mans públicas, ben do Estado, da rexión, do concello ou de sociedades públicas. Este foi o caso de Beijing Qingnian Bao (Diario da Xuventude de Beijing), que sacou a bolsa parte da súa compañía comercial.

A prensa fixo tamén un grande esforzo de diversificación e especialización, coa creación de edicións secundarias, vespertinas, de fin de semana, proceso no que saíu gañando a prensa especializada e a local. Dito isto, temos que insistir en que ata o momento, todo o proceso de reforma das empresas de comunicación é bastante máis lento que o dos outros sectores da economía debido ao inmovilismo do sistema político, que controla con puño de ferro o Partido Comunista Chinés. Como os afamados equilibristas do circo chinés, o Partido Comunista cabalga nun estraño equilibrio ao lombo de dous cabalos que corren a distintas velocidades: o da economía capitalista, disfrazada co eufemismo de “socialismo con características chinesas” e o da ditadura comunista, que viste a súa antiga montura de “democracia popular”.

O aparato de propaganda do partido é o que tradicionalmente controlou os medios de comunicación social que, sobre todo nos temas sociais e económicos, se van desembarazando da censura que lles impón. Isto deu lugar a un florecemento de novas cabeceiras, algo inusitado nun mundo globalizado no que cada día se le menos. Por non falar da cantidade de cadeas e canais de televisión ademais das numerosas emisoras de radio que nacen constantemente.

O novo goberno de Hu Jintao propúxose coma un dos obxectivos conseguir máis transparencia informativa, especialmente despois da polémica xurdida trala falta de información pública durante a epidemia da pneumonía atípica, coñecida coma SARS, que salpicou de mortes o sudeste asiático e desatou o terror en todo o mundo durante a primavera de 2003. Así, os principais departamentos gobernamentais deben contar cun portavoz ou responsable de prensa. Aínda que pareza o normal, esta é unha grande novidade nun país onde ata hai moi pouco cada ministerio gardaba como segredo de estado toda a información relativa á súa actividade.

Lembro que en 1985, cando se creou a primeira empresa mixta vinícola chinesa-francesa, eu era delegada da Axencia EFE en Beijing e chamei ao Ministerio de Agricultura para saber como ía funcionar a nova empresa. Como non había voceiro, solicitei unha entrevista co xefe do Departamento correspondente, que suxeriu que o encontro fose na oficina da Axencia EFE. Como era habitual, o funcionario presentouse con outro membro do seu departamento e eu co meu intérprete Chen Ziming, que non actuaba como tal pero que por cuestións do sistema, estaba sempre comigo nas citas oficiais. Cada pregunta que eu facía sobre o tipo de uva, o terreo, as bodegas, as barricas, mesturas ou colleita... en fin o típico se estabamos nunha entrevista sobre viño, o xefe devolvíamela e eu, grande amante da cultura do viño, ao principio sobre todo, non tiven ningún inconveniente en

contarlle cousas sobre os viños españois. Seguimos e seguimos e eu non sacaba nada en claro para a miña reportaxe, polo tanto, pedinlle que el tamén me contase o que sabía, pero deu por rematada a entrevista de forma case abrupta e marchou. Á mañá seguinte soou o teléfono. Chen colleuno e nun instante a súa cara palideceu ata quedar branco coma se fose sueco. Chamaban para comunicar que me ían acusar formalmente de espía industrial, porque intentara pescudar datos secretos sobre a produción vitivinícola chinesa. A min deume un ataque de risa, pareceume a forma máis cómica de que me expulsasen de China ¡unha periodista española espindo a inexistente industria vinícola chinesa! Era realmente chistoso, pero aquel mesmo día, os bos oficios de Chen e os meus bos contactos no Ministerio de Exteriores resolveron o asunto.

A tradición mandaba en China manter o cidadán na máis absoluta ignorancia para non provocar “inestabilidade social”. En aras dese ideal de estabilidade non se difundían ou se limitaban ao máximo as informacións sobre catástrofes naturais ou humanas, coma terremotos, inundacións, o derrube dunha mina, etc. Tampouco se informaba de grandes accidentes ou outras desgrazas.

O periodismo nun foi xamais considerado en China o cuarto poder, independente do Estado e dedicado a servir os intereses dos cidadáns. Pola contra, a información política emana do Partido e do Estado e deben controlar os medios para evitar desviacionismos. Este principio encóntrase detrás das detencións de quen se atreve a criticar o Partido ou o Goberno utilizando un soporte público, incluído Internet, pola “influenza negativa que as súas manifestacións poidan ter no pobo”.

A mellora na liberdade de expresión segue tendo zonas escuras, temas prohibidos para os medios, que reciben periodicamente instrucións do Departamento de Propaganda sobre as cuestións das que NON teñen que informar máis alá de reproducir, sen comentar, os boletíns da axencia oficial Xinhua (Nova China), que actúa como voceiro do goberno e do partido único e é, polo tanto, a primeira en transmitir a información política máis importante, ademais de marcar as directrices que deben seguir os demais medios no tratamento de determinadas noticias.

Xinhua foi creada en 1931 polo Partido Comunista e cando 18 anos máis tarde se fundou a República Popular, converteuse en axencia oficial, sen que ata agora haxa outra axencia de noticias en China.

Nin que dicir ten que, ademais da política pura, todas as cuestións que entran no cualificativo de “neibude” ou información interna e as consideradas “segredo de Estado” –dous conceptos de interpretación moi laxa polo Goberno– están prohibidas para os medios de comunicación social.

Na actualidade, os medios reciben tamén unha grande presión comercial, reflectida na cobertura sen precedentes da guerra de Iraq e nas emisións en directo da Televisión Central de China, todo un fito se se ten en conta que a guerra do Golfo de 1991 mencionábase de pasada ao final do telexornal nacional da primeira canle da Televisión Central (CCTV-1). Non hai dúbida de que se informa moito mellor ca nunca dos asuntos que non gardan unha relación directa con China, ata se podería

dicir que os seus telexornais non teñen nada que envexar aos informativos doutras cadeas occidentais, pero en canto a información está relacionada con China, a obxectividade e a creatividade desaparecen para poñerse ao servizo da causa.

Aínda que hai unha maior tolerancia desde que Hu Jintao tomou o poder –ascendeu á Secretaría Xeral do Partido Comunista chinés en novembro de 2002 e á Xefatura do Estado en marzo de 2003–, a finais de 2004 había 42 periodistas no cárcere, segundo a carta enviada polo Comité de Protección de Periodistas, a Hu Jintao o mes pasado, na que pedía a liberación de Zhao Yan, un axudante do periódico norteamericano *The New York Times*, detido o 17 de setembro de 2004 e acusado de “facilitar segredos de Estado aos estranxeiros”. O informe de 2004 de Periodistas sen Fronteiras destacaba que China e Cuba ocupaban os primeiros lugares do mundo en número de detencións de periodistas.

A loita contra a corrupción que promove Hu permite tamén unha maior independencia e posibilidades de publicación das informacións e investigacións sobre corrupción e delitos económicos. O principal exemplo desde periodismo de investigación é o do semanal *Caijing* (Riqueza) que comezou a publicarse en 1998 coma un semanario económico e que destapou desde entón numerosos escándalos. Existen, non obstante, casos sanguentos coma o do xornalista Jiang Weiping, que sacou á luz un dos maiores escándalos de corrupción en China. O de Ma Xiangdong, ex xefe do goberno local de Dalian, o principal porto do noroeste do país, situado na provincia de Liaoning. O corrupto gobernante foi xulgado e condenado, pero así e todo, o periodista que o destapou segue no cárcere cumprindo unha condena de seis anos por ter revelado “segredos de Estado”. Non moitos periodistas van colaborar coa campaña anticorrupción do réxime se o resultado das súas investigacións é que dan cos ósos no cárcere.

Os xornalistas implicados en periodismo investigativo enfróntanse cada día con máis frecuencia non só a ameazas senón ao uso da forza bruta por parte de funcionarios locais, membros de mafias e bandas de individuos particulares. O pasado novembro, a prensa oficial recoñeceu que o periodismo se converteu no terceiro emprego máis perigoso de China, despois do de empregado nas minas de carbón e do traballo de policía. En decembro de 2003, o *Fazhi Ribao* (*Diario Legal*) publicou un artigo titulado “O dereito dos periodistas a informar desafiado”, no que se documentaban os ataques sufridos por 11 reporteiros nese ano.

A única diferenza na regulación dos medios de comunicación a marca Hong Kong, que se ampara no principio de *un país dous sistemas*, establecido por Deng Xiaoping para recuperar, en 1997, a colonia británica. Neses tempos, os medios de Hong Kong gozaban dunha ampla liberdade que, en boa parte conservaban, aínda que non son alleos ás presións de Beijing. Tamén se diferencian porque algúns deles son privados e independentes dos poderes públicos. A súa estrutura é similar á dos medios de comunicación occidentais, pero os seus propietarios non queren enfrontarse ao Goberno chinés nin pór en perigo os seus negocios, polo que ás veces restrinxen as críticas en asuntos sensibles para Bei-

jing. É dicir, nas empresas máis que nos periodistas, aínda que tamén nestes, instalouse unha especie de autocensura de conveniencia.

A pesares disto, os medios de información de Hong Kong non dubidaron en presentar batalla cando presentiron que de verdade estaba en perigo a liberdade de expresión. Especialmente desde os periódicos e a radio, tanto en inglés coma en chinés e cantonés, periodistas promoveron e alentaron á poboación para que o 1 de xullo de 2003, sexto aniversario do retorno da colonia a China, saíra masivamente a manifestarse contra un proxecto de lei que desenvolvía o artigo 23 da Lei Básica –unha especie de Constitución que goberna esta Rexión Administrativa Especial. O proxecto poñía límites á liberdade de expresión, baixo a escusa de ilegalizar a sedición, a subversión, a secesión e o roubo de segredos de Estado. A firmeza da poboación de Hong Kong levou ao Goberno de Beijing a retirar a proposta e cavou a tumba política de Tung Chee-Hwa, xefe do executivo hongkonés, finalmente destituído o mes pasado.

A cadea Phoenix TV é un claro exemplo do delicado equilibrio entre as forzas do mercado e o control dos medios de comunicación. Os seus informativos, que poden ser vistos pola audiencia do resto de China, seguen o estilo profesional dos países occidentais, pero nunca tratan asuntos coma a matanza de Tiananmen en 1989, a seita Falun Gong, prohibida por Beijing en 1998, os refuxiados de Corea do Norte ou o uso do aborto como medida de planificación familiar.

Prensa

A Asociación Mundial de Editores de Periódicos, con 208 países asociados, informou que no ano 2003 só existiu aumento de tiradas en 35 países, a maioría deles son nacións de economías emerxentes. China, con 85 millóns de exemplares diarios, e India, con 72 millóns, son os países do mundo onde máis periódicos se imprimen. Ségueos Xapón, con 70 millóns, e Estados Unidos, con 55, que eran os dos antigos líderes na circulación de diarios. Os peores datos aparecen na Unión Europea, cun descenso total da tirada de diarios do 2,2%, no que Irlanda leva a voz cantante cun descenso do 7,8%. Afortunadamente, en España a tirada mantense.

É difícil determinar o número exacto de diarios e revistas que ten China debido a que o sector se encontra en pleno proceso de reestruturación. Segundo cifras da Administración Estatal de Industria e Comercio, a finais de 2004 o país contaba con 2.000 diarios, 9.000 revistas e 568 editoriais, pese a que desde principios do ano se pecharon ou fusionaron con outros grupos comerciais unhas 1.400 publicacións estatais e do Partido Comunista. Ata entón, cada ministerio, órgano do PCCh, departamento ou goberno local tiña o seu propio medio de comunicación, pero en 2003 emitiuse unha norma que obriga aos medios a obter polo menos o 50% dos seus ingresos mediante subscricións voluntarias, ao tempo que prohibía as subscricións obrigatorias imperantes ata entón. Isto levou ao peche dunhas 600 cabeceiras deficitarias.

Neste proceso protexéronse os medios públicos máis representativos, sen ter en conta os beneficios económicos, como o Renmin Ribao (O diario do Pobo), o órgano oficial do partido, que en época do comunismo duro chegou a tirar tres millóns de exemplares e nos anos 90 menos da metade. Agora tira 1.773.000 copias, das que algo máis dun terzo son subscricións voluntarias. Pero incluso ao Renmin Ribao lle preocupa a súa xestión. Unha ampla delegación do periódico, encabezada polo seu editor, viaxou en 2002 a España para estudar o “éxito da xestión de El País”. Visitaron o periódico e tomaron moitísimas notas pero mudoulles a expresión cando comentei que sen liberdade de prensa é difícil convencer á xente de que compre periódicos. Renmin Ribao publica tamén o periódico en inglés China Daily, moi popular entre a crecente comunidade estranxeira para darse unha idea do que pasa en China.

Outros diarios destacados da capital formaron grupos de difusión para garantir a supervivencia, como o Beijing Qingnian Bao (Diario da Xuventude de Beijing), que tira 600.000 exemplares e foi o primeiro en realizar unha oferta pública na bolsa estranxeira para recadar diñeiro que se investirá, entre outras cousas, no fortalecemento do grupo, que pretende prepararse para unha maior competencia a medida que se liberalice o sector. Inclúe o Zhonguo Qingnian Bao (Diario da Xuventude China), o Beijing Ribao (Diario de Beijing), con 400.000 exemplares, o económico Xinjing Bao; o Guangming Ribao, considerado tradicionalmente o periódico da intelectualidade chinesa, cunha tirada de 200.000 exemplares, e o Huanqiu Shibao.

Na municipalidade de Shanghai, con 16 millóns de habitantes e principal centro financeiro do país –ademais de Hong Kong– cabe salientar o Xinmin Wanbao, cunha tirada de 1.218.000 exemplares, o Shanghai Star, que é económico, e Wenhui Bao.

A Editorial de Arte e Literatura de Shanghai publica a revista máis popular de China. Chámase “Historias” e nela recóllense historias reais ou de ficción da xente común. Desde a súa creación na década dos 70 encargouse de transcribir a rica tradición oral chinesa. É mensual e tira na actualidade catro millóns de exemplares que circulan por todo o país. A súa pluralidade, do mesmo xeito que outras publicación e, sobre todo o seu contido, sufriron altibaixos. O seu ano de esplendor foi 1985, cando, á sombra das novas liberdades, chegou a tirar 7,6 millóns de copias, aínda que xa para entón se ía abrindo camiño “Readers” de Reader’s Digest, aparecida en 1982, que agora dobra en tirada a circulación de Historias, con oito millóns de exemplares. Readers imprímese na provincia de Gansu e desde principios de 2004 sae dúas veces ao mes.

Alguns dos diarios máis representativos de Hong Kong son: South China Morning Post, que se publica en inglés e é sen dúbida o máis influínte na ampla comunidade financeira estranxeira da rexión, Ta Kung Pao, Sing Tao Pao, Wen Wei Po e Apple Daily.

Os medios da provincia de Guangdong, cuxa capital é Cantón, unha das rexións máis prósperas do país, considerada a fábrica de China e con 80 millóns de habitantes, segue de cerca aos veciños de Hong Kong en canto a calidade informativa. Un bo

exemplo é o grupo mediático de Nanfang Ribao (Diario do Sur), un dos máis importantes do país, cuxas principais cabeceiras Diario do Sur e Semanario do Sur, tiran respectivamente 750.000 e 1.030.000 exemplares. Destacan tamén o económico 21st Business Herald e o Guangzhou Ribao (Diario de Cantón), que tira 1.600.000 copias.

As publicacións estranxeiras, desde finais de 2004, poden imprimirse en China, pero só para circular no mercado estranxeiro, porque no mercado nacional non se lles permite a libre circulación, ao ser consideradas produtos importados.

A Administración Estatal de Prensa e Publicación é a encargada de tratar todos os asuntos relacionados coa prensa, con Internet, con calquera outra publicación e cos dereitos de reprodución. Aínda que existe unha Oficina de Información do Consello de Estado, a Administración Estatal informa directamente ao Consello de Estado, que é o Executivo, e ao Departamento de Propaganda do Comité Central do PCC. Aparte de redactar e executar as leis que rexen no sector, a súa función principal é censurar os contidos dos medios; prohíbe libros e suspende periódicos que revelan “segredos de Estado” e, con frecuencia, lanza campaña contra a pornografía, contra publicacións da seita Falun Gong e contra outras publicacións ilegais.

Televisión

Falar de televisión en China significa referirse a un de cada catro telespectadores do planeta, é dicir, a unha audiencia de 1.200 millóns de persoas. A televisión converteuse na primeira fonte de ocio en China, cunha media de case tres horas diarias por persoa xunto o televisor. Hai unhas 200 cadeas que emiten preto de 2.900 canles nas decenas de distintas linguas e dialectos existentes nun país que ten un tamaño equivalente a 19 veces España e no que se fala mandarín, cantonés, shanghainés, fujianés, tibetano, mongol, coreano, uigur, manchú e tantas outras linguas. As súas producións de dramas históricos e os culebróns de kung fu e de amores imposibles *Zhongguo paide, made in china*, convertéronse no modo esencial do desenvolvemento da cultura chinesa nun auténtico fenómeno de masas. Ano tras ano representan o 80% dos programas máis vistos e supoñen un terzo do consumo. É dicir, cada chinés maior de catro anos ve por día polo menos un episodio de telenovela, que dura 50 minutos.

A implantación en 1992 da “economía socialista de mercado” significou para a televisión o comezo dunha nova era cunha xestión de sociedade privada. A televisión deixou de ser exclusivamente un órgano de comunicación do Goberno e pasou a ser un instrumento de ocio da sociedade, que trata de satisfacer os desexos do espectador e as expectativas do mercado.

A máis importante é a Televisión Central de China, que ten 14 canles e á que acceden case a totalidade dos 1.300 millóns de habitantes do país. A Televisión Central inaugurouse en 1958 e expandiuse con relativa facilidade, coa creación de varias canles provinciais, ata que en 1966 comezou a Grande Revolución Cultural, o período

máis escuro da China contemporánea, no que a televisión, coma todo o país, estivo nas mans da ala máis extremista do partido, que acabou con toda manifestación cultural antiga ou moderna e só permitía a retransmisión das seis óperas revolucionarias ou programas infumables sobre o desenvolvemento da comuna popular, o Exército Popular de Liberación, os gardas vermellos ou como inflamar o espírito revolucionario nas masas.

A Televisión Central actual nada ten que ver con aquela, sobre todo desde que hai sete anos se introduciron os estudos de audiencia. Desde entón, son máis que significativos os seus esforzos para adaptarse aos gustos dunha poboación en continua mutación. A obsesión pola rendibilidade tamén axuda. Xa en 1997, a Televisión Central obtivo case 400 millóns de euros por publicidade, 100 veces máis que polas subvencións gobernamentais e, conforme crece a competitividade, empéñase en non perder a parte máis zumarenta do pastel publicitario para o que revisa os programas, cámbios e bórraos da pantalla en canto non son rendibles, algo inimaxinable hai apenas uns anos.

O seu programa estrela, de catro horas de duración, é o Especial do Ano Novo Chinés, con máis de 500 millóns de espectadores. O informativo da tarde que emite a canle 1, entre as sete e as sete e media, a hora de máis audiencia, é tamén un dos programas estrela xa que moitas canles que emiten en provincias, por cable ou por satélite, conectan á mesma hora con este informativo que presume de ter unha calidade semellante aos informativos de calquera país occidental, de ser o máis visto do mundo e o portavoz da China moderna.

A celebración dos Xogos Olímpicos en Beijing, en 2008, multiplicou ata o infinito a paixón chinesa polo deporte. Todas as cadeas, tanto provinciais como estatais ou locais, teñen unha canle deportiva, pero a canle cinco da Televisión Central é todo un éxito. Por ela retransmítense desde os partidos da NBA ata a Liga de Fútbol española.

Nesta paixón desfreada dos chineses pola televisión tivo moito que ver o avance da técnica que permitiu a conexión por cable ou vía satélite de todos os recantos do país. En China segue habendo máis de 800 millóns de campesiños que non teñen outra diversión que colocarse fronte a pantalla. O goberno púxose agora como obxectivo o desenvolvemento da televisión dixital e a súa implantación desde este ano ata Beijing-2008, no cento de cidades chinesas con máis dun millón de habitantes. O plano do goberno é que todo o país estea dixitalizado en 2015.

Outra cadea importante é a Shanghai Media Group, tamén estatal, pero na que participan socios estranxeiros. Conta con 12 canles de televisión, 11 de radio e un portal de Internet.

Cada provincia conta polo menos cunha televisión pública e entre elas destaca Beijing TV and Cable. Outra canle relevante é a Phoenix TV, de Hong Kong, especializada en emisións por satélite, que ten un público de 300 millóns de persoas repartidas en 53 países asiáticos, incluída a China continental e a chamada “provincia rebelde” de Taiwan.

A publicidade na televisión chinesa é todo un negocio que supera por volume ao de Francia ou Italia e só vai por detrás de Estados Unidos, Xapón, Reino Unido e Alemaña, cunha cifra superior aos 13.000 millóns de dólares no ano 2003, o que a converte na cuarta industria máis importante de China, por diante da industria do tabaco, nun país cheo de fumadores. Un 3% do espazo publicitario dos medios, incluído Internet, está reservado á publicidade institucional.

En decembro de 2004 levantóuselles a prohibición ás empresas estranxeiras de investir en empresas de produción televisiva o que beneficiará ás que xa estaban presentes no sector, como Viacom que produce con SMG programas infantís, Sony Pictures, que é unha empresa mixta cunha pública e Time Warner, que estableceu unha compañía mixta para producións cinematográficas. As canles de noticias seguen reservadas ao Estado. O investimento estranxeiro é ata un máximo do 49%.

A nova regulación non permite a creación de compañías de Televisión senón de operadoras para a coprodución, que sempre deberán respectar o límite de que as terceiras partes do producido teñan relación con temas chineses.

En canto á Radio

A Radio Central de China, estatal, é a única que emite en todo o territorio nacional. En total, hai unhas 1.000 cadeas. Radio Internacional de China emite en varios idiomas entre eles o español. Cada vez teñen máis éxito as emisoras musicais ao estilo occidental, mentres que os informativos seguen sendo estritamente controlados polas autoridades.

A Administración Estatal de Radio, Cine e Televisión é a encargada da censura e o control destes medios. Ocúpase tamén de inferir a información sobre China que emiten algunhas canles estranxeiras vía satélite. Ademais, a recepción das emisoras por satélite require un permiso das autoridades chinesas. En canto á cinematografía estranxeira, está non só suxeita á censura senón tamén a unha cota de emisión anual moi reducida que, en definitiva, é outra forma de censura. As funcións desta administración son semellantes ás da Administración Estatal de Prensa. Ambas están supeditadas ao Departamento de Propaganda do Comité Central do PCCh, núcleo da ideoloxía do partido, que supervisa e guía a cobertura informativa e o contido editorial de todos os medios de comunicación que operan en China.

Finalmente Internet

Con 95 millóns de usuarios en marzo de 2005, o número de chineses con acceso a Internet non cesa de aumentar. O goberno enfróntase na rede a un dobre dilema: por unha parte, promóvea coma instrumento de desenvolvemento económico e por outro, está empeñado en controlar os seus fluxos de información, unha tarefa

inxente porque é imposible poñerlle reixas ao espazo. A versatilidade e liberdade de Internet leva ao corpo especial de policía creado para controlar a rede a pasar o día bloqueando portais, ademais de perseguir e deter aos activistas que utilizan Internet para publicar os seus puntos de vista críticos co goberno e o Partido.

Internet mudou a paisaxe das cidades chinesas que se encheron de cibercafés, que se enfrontan con frecuencia ao peche dos locais pola existencia de novos requisitos para a súa apertura, fórmula coa que as autoridades pretenden estreitar o control sobre estes. A rede converteuse no gran foro de discusión de China, na súa principal fonte de información, á que acoden millóns de internautas ante as noticias de actualidade máis importantes. As informacións e noticias colgadas na rede actúan con frecuencia como a chave que abre o camiño para que os medios de comunicación tradicionais se atrevan a tratar as cuestións espiñosas que escritores e académicos espiñon na rede. Os tres principais portais son Sina, Sohu e Netease.

Símbolo dos novos tempos que corren é que foi a mesma páxina web do Renmin Ribao (Diario do Pobo) a que informou en xuño do 2003 de que por primeira vez na historia de China condenaran a unha persoa por atacar a un periodista. O comentario facíao tras informar da sentenza a un ano de cárcere aos dous condenados por atacar a Yang Wei, un periodista do pequinés Jinhua Shibao.

O Partido Comunista Chino comeza a darse conta de que nun mundo globalizado, ten perdida a batalla polo control da información.

Georgina Higuera é xornalista especializada en Asia do diario El País.