

## Carta a nuestros lectores

Una ley que desde diciembre rige en Venezuela y otra parecida que en breve podría aprobarse en México imponen limitaciones al ejercicio profesional de los medios de comunicación. Un similar intento fracasó recientemente en Ecuador ante la reacción airada de la opinión pública mientras en España y los Estados Unidos se imponen horarios y multas para los que difundan telebasura. Este tema recurrente, diverso y controversial está desarrollado en nuestro artículo de fondo.

Un muy querido amigo del CIESPAL y prestigioso investigador de la comunicación, Peter Schenkel, nos brinda en la sección de opinión un fresco análisis sobre la libertad de prensa bajo la alternativa de mito y realidad.

Desde Bérgamo, el profesor Francisco Ficarra nos ofrece una explicación del fenómeno Berlusconi en Italia, para comprender cómo se utiliza el poder gigantesco de unos medios de comunicación propios para gobernar democráticamente a un país.

Muy poco se ha escrito sobre la cooperación internacional respecto a la utilización de los medios de comunicación en los países en desarrollo, tema sobre el cual María José Pérez del Pozo nos hace una exhaustiva explicación, en tanto que Carlos Del Valle Rojas nos descubre una interesante experiencia en procesos educativos en favor de los indios mapuches, en Chile.

Miguel Ángel Jimeno, desde España, se pregunta si los medios impresos se han convertido, acaso, en vehículos para vender la más extensa gama de productos, poniendo en segundo plano su misión de informar. El artículo que es el resultado de una investigación reciente realizada en España, se abre con la determinación precisa del tema efectuada por Ignacio Ramonet de Le Monde Diplomatique y de las consideraciones que al respecto efectúa el último Estudio General de Medios (EGM) español.

Otros temas que aborda Chasqui en esta entrega son la exaltación de la violencia en la televisión, el papel del ombudsman o mediador, el camino seguido para la transformación de las relaciones públicas en lo que se ha dado en llamar comunicación estratégica y, para redondear nuestra serie, hablamos hoy sobre la radio digital.

CHASQUI

# Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui

Nº 89 Marzo 2005

## Director

Edgar P. Jaramillo S.

## Editor

Luis Eladio Proaño

E-mail: luiselap@ciespal.net

## Consejo Editorial

Violeta Bazante

Lolo Echeverría

Héctor Espín

Juan M. Rodríguez

Francisco Vivanco

## Consejo de Administración del CIESPAL

Presidente, Víctor Hugo Olalla,  
Universidad Central del Ecuador

Patricio Zuquilanda D.,

Ministerio de Relaciones Exteriores

Roberto Passailaigue,

Ministerio de Educación y Cultura

Héctor Chávez Villao,

Universidad de Guayaquil

Carlos María Ocampos,

Organización de Estados Americanos

Gustavo López Ospina,

Consejero Regional de la UNESCO

Héctor Espín, UNP

Rodrigo Pineda, AER

## Asistente de edición

Jorge Aguirre

## Corrección y estilo

Manuel Mesa

## Portada y diagramación

Mateo Paredes

Diego Vásquez

## Impresión

Editorial QUIPUS – CIESPAL

Chasqui es una publicación del CIESPAL.

Miembro de la

Red Iberoamericana de Revistas de Comunicación

<http://www.felafacs.org/rederevistas>

y de la Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe en Ciencias Sociales y Humanidades

<http://redalyc.uaemex.mx>

Tel.: (593-2) 2506149 – 2544624

Fax (593-2) 2502487

e-mail: [chasqui@ciespal.net](mailto:chasqui@ciespal.net)

web: [www.ciespal.net](http://www.ciespal.net)

[www.comunica.org/chasqui](http://www.comunica.org/chasqui)

weblog: [www.revistachasqui.blogspot.com](http://www.revistachasqui.blogspot.com)

Apartado Postal 17-01-584

Quito – Ecuador

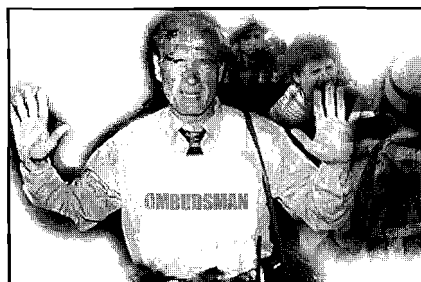
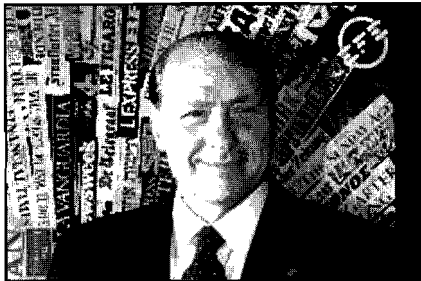
Registro M.I.T., S.P.I.027

ISSN 13901079

Las colaboraciones y artículos firmados son responsabilidad exclusiva de sus autores y no expresan la opinión del CIESPAL.

Todos los derechos reservados.

Prohibida la reproducción total o parcial del contenido, sin autorización previa de Chasqui.



# Contenido

## Portada

- 4**            **¿Retaliación política contra los medios?**  
Andrés Cañizález, Felipe Gaytán y Juliana Fregoso

## Opinión

- 16**           **Democracia y prensa, mito y realidad**  
Peter Schenkel

## Ensayos

- 20**           **El imperio mediático de Silvio Berlusconi en Italia**  
Francisco Ficarra

- 26**           **La cooperación internacional para actividades de comunicación**  
María José Pérez del Pozo

- 32**           **Pedagogía de la comunicación:**  
**Los medios en las escuelas**  
Carlos Del Valle Rojas

- 40**           **De las relaciones públicas a la comunicación estratégica**  
Octavio Islas

### *PRENSA*

- 48**           **¿Diarios de noticias .....o de promociones?**  
Miguel Ángel Jimeno

- 58**           **El ombudsman: ¿Un profesional del cambio?**  
Laura Salamanca Ávila

### *TELEVISIÓN*

- 64**           **Violencia familiar por televisión, producir para incomunicar**  
María Leonor Arias

### *INFORMÁTICA*

- 70**           **La radio digital**  
Carlos Cortés

### *LENGUAJE*

- 78**           **Errores comunes en el lenguaje periodístico:**  
**Redundancias**  
Juan M. Rodríguez

- 80**           **Periscopio Tecnológico**

- 86**           **Bibliografía sobre Comunicación**

- 92**           **Actividades del CIESPAL**

# México: polémica por nueva Ley de Medios

*La prensa mexicana, me temo, es menos una productora de conocimiento y conversación racional, que un megáfono del ruido público.  
Enrique Krauze, historiador mexicano*

**Felipe Gaytán**  
**Juliana Fregoso**

**R**ecordemos la paradoja de la comunidad de los mentirosos, cuando uno de sus miembros levanta la voz para señalar que todos mienten. ¿Dice la verdad o una mentira?

En esta paradoja irresuelta se encuentran los medios de comunicación en México. Se habla de ellos como los vehículos sobre los que se construye la democracia, generadores de temas en la opinión pública, divulgadores de la verdad sin cortapisas e instrumentos para la transparencia en el ejercicio de la política.

Paradójicamente, los mismos que describen todas estas virtudes -funcionarios, políticos, académicos y los propios periodistas-, señalan simultáneamente la *perversidad* de lo que alaban. Los medios son facciosos, porque distorsionan los hechos y favorecen a alguna de las partes en los conflictos. Difunden escándalos de corrupción y exhiben la frivolidad de los políticos - despilfarro de recursos, intimidaciones, etc.- como si fueran los medios los que fabricaran esos escándalos. Con simplicidad se les señala como un factor de desintegración familiar y social por el alto contenido de violencia, sexo e imágenes fuera de toda ética en su programación cotidiana. Son grandes negocios que deben ser acotados en nombre del interés público,

sobre todo en el tema de la propaganda de campañas electorales en los que los partidos invierten más del 60 por ciento de sus recursos. (Dato del Informe sobre cuentas del proceso electoral de 2000 del IFE)

## Doble exigencia a los medios

Hoy, la gran paradoja de los medios es: se les exige ejercer la libertad plena de informar y simultáneamente someterse a controles éticos, jurídicos y políticos que finquen responsabilidad sobre el "mal manejo y excesos en el ejercicio periodístico". Se pretende que sean los ciudadanos quienes señalen los excesos y serán ellos quienes tengan a su alcance recursos jurídicos para ejercer el derecho de veto. Con esto el problema es doblemente paradójico: se exige a los medios decir la verdad



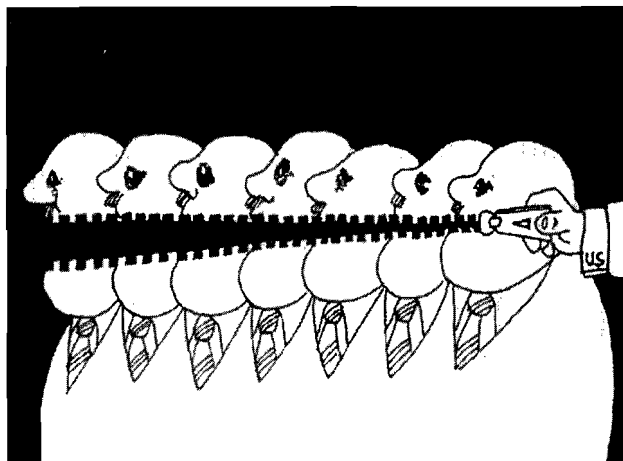
Felipe Gaytán Alcalá, mexicano, doctor en Psicología por el Colegio de México.  
Correo-e: gaytan@colmex.mx  
Juliana Fregoso, mexicana, periodista  
Correo-e: julianafregoso@yahoo.com.mx

siempre y cuando no sea escandalosa, definición que no queda clara pues quién puede establecer si los juicios morales sobre los medios son moralmente aceptables ¿Cuáles son las reglas de conducta a las que se debe someter a los medios si los ciudadanos exigen una libertad plena: estar informados y elegir que escuchar o ver? No es ya una sociedad de principios políticos que deba acatarse, sino de una política de opciones de vida.

Este tema ha llevado a la discusión desde 2002 sobre una nueva ley de medios (Ley de Radio y Televisión) en la que se convocó a todos los sectores sociales para elaborar un marco jurídico ciudadanizado sobre las concesiones, sanciones, contenidos y distribución del tiempo aire a todos los integrantes del Estado Mexicano –congreso, tribunales, órganos descentralizados, partidos políticos, gobiernos locales y municipales, etc.- no solo al gobierno. Se acordó que para el mes de diciembre de 2004 se aprobaría el dictamen de la nueva ley con las propuestas de todos los sectores sociales que participaron en las mesas de diálogo. Sin embargo, distintos conflictos entre políticos, concesionarios de los medios y periodistas, obligaron a posponer el dictamen y abrir otra ronda de consulta entre marzo y febrero de 2005. Cuáles son estos conflictos. En los siguientes apartados abordaremos algunos de ellos.

### **Leteo, el contaminado río del olvido**

Leteo es el nombre de un río que otorga el olvido a las almas de los muertos. Leteo es ese olvido de las discusiones anteriores al 2002 sobre la necesidad de



NAJAL ALI/CAROOINISTS AND WRITERS SYNDICATE

## ***Los dueños de los medios aceptaron una red de complicidades con el gobierno mexicano***

un nuevo marco jurídico para una ley promulgada en 1960, modificada siempre en sus artículos transitorios y no en su cuerpo fundamental. Se han convocado a mesas de discusión para modificarla. Los años 1980, 1983 y 1995 fueron testigos de intentos de reformas. Ninguno de ellos fue retomado en la discusión del año 2002. Aún más, la Cámara de Diputados negó aprobar en diciembre de 2004 la propuesta emanada de las mesas de 2002 porque existen aún 18 iniciativas de nueva ley previas a ésta que nadie había contemplado. Este recurso de la memoria y el olvido es más un artificio legal para dilatar una reforma de fondo, debido a las presiones de los concesionarios, el gobierno federal y políticos, que bien están ligados a la industria o tienen en mente lograr favores de los empresarios en un año pre-electoral decisivo.

### **Publicidad y concesiones**

El monopolio de la publicidad, mercado en el que la televisión recibe el 80 por ciento de los ingresos, es uno de los puntos centrales en el estira y afloja.

La resistencia de los empresarios y el gobierno federal responde a una relación añeja tejida en el régimen en el que el PRI era Partido dominante en el escenario político. Por un lado, los empresarios aceptaron una red de complicidades con el gobierno mexicano al ser este último el que otorgaba o cancelaba las concesiones con un amplio margen discrecional. Este arreglo permitía poseer el control de un mercado, evitando la competencia al negociar que no se emitieran nuevas concesiones. No resulta extraño que dos empresas (Televisa y TvAzteca)

controlen el 80 por ciento de la programación de televisión abierta en el país, y 16 grupos radiofónicos sean dueños del 80 por ciento de las estaciones escuchadas por más de 100 millones de mexicanos. La nueva Ley contemplaba crear un órgano ciudadanizado, autónomo del Estado y con reglas claras para las concesiones reduciendo el permiso de 30 a 10 años, y un marco estricto de sanciones a aquellos concesionarios que violaran la ley. Los concesionarios boicotearon los trabajos al no asistir a los debates en el congreso, bajo el argumento de desconocer lo que ellos mismos habían aprobado anteriormente.

Por otro lado, el gobierno federal no quiere soltar la potestad que mantiene sobre los empresarios, poder manifestado en la discrecionalidad de retirar o refrendar la concesión. Otro aspecto es la exclusividad del gobierno sobre el uso del tiempo oficial que le confiere la ley. De aceptar las modificaciones tendría que compartir los espacios con el resto del Estado mexicano, reduciendo el impacto de sus programas a través de ese tiempo en medios, o en caso contrario, tendría que comprarlo como tiempo comercial. El gobierno mexicano emitió un nuevo reglamento en 2004 para la Ley de Medios vigente desde 1960, dejando de lado la propuesta integral que él mismo había convocado en 2002.

Pero los legisladores tampoco escapan al juego de intereses. Próximas las elecciones en las que muchos de ellos serán candidatos en sus partidos, buscan acomodar la ley de tal manera que se regule el

costo de las campañas electorales en los medios a una tasa preferencial, y en el mejor de los casos establecer tiempo gratuito para las campañas

La idea original contenida en la ley no aprobada fue tergiversada. Para evitar el cobro discrecional y/o elevado de las empresas a los partidos políticos, la ley contempló que los tiempos ya no fueran contratados directamente por los partidos, sino que fuera el IFE el que negociara tarifas preferenciales para todos los partidos, además de buscar una distribución equitativa del tiempo entre todos los partidos contendientes, evitando preferencias o bloqueos de empresas a algunos institutos políticos por afinidades o diferencias. Los partidos sugieren tiempo gratuito, pero no están de acuerdo con el reparto equitativo del tiempo, pues argumentan que la medida no valora en su justa dimensión la importancia de los grandes partidos nacionales frente a los pequeños institutos políticos emergentes.

La aprobación se pospuso para febrero y marzo. Se abrirán nuevas consultas, dejando atrás, en el Leteo, mucho de lo avanzado ya entre 2002 y 2004.

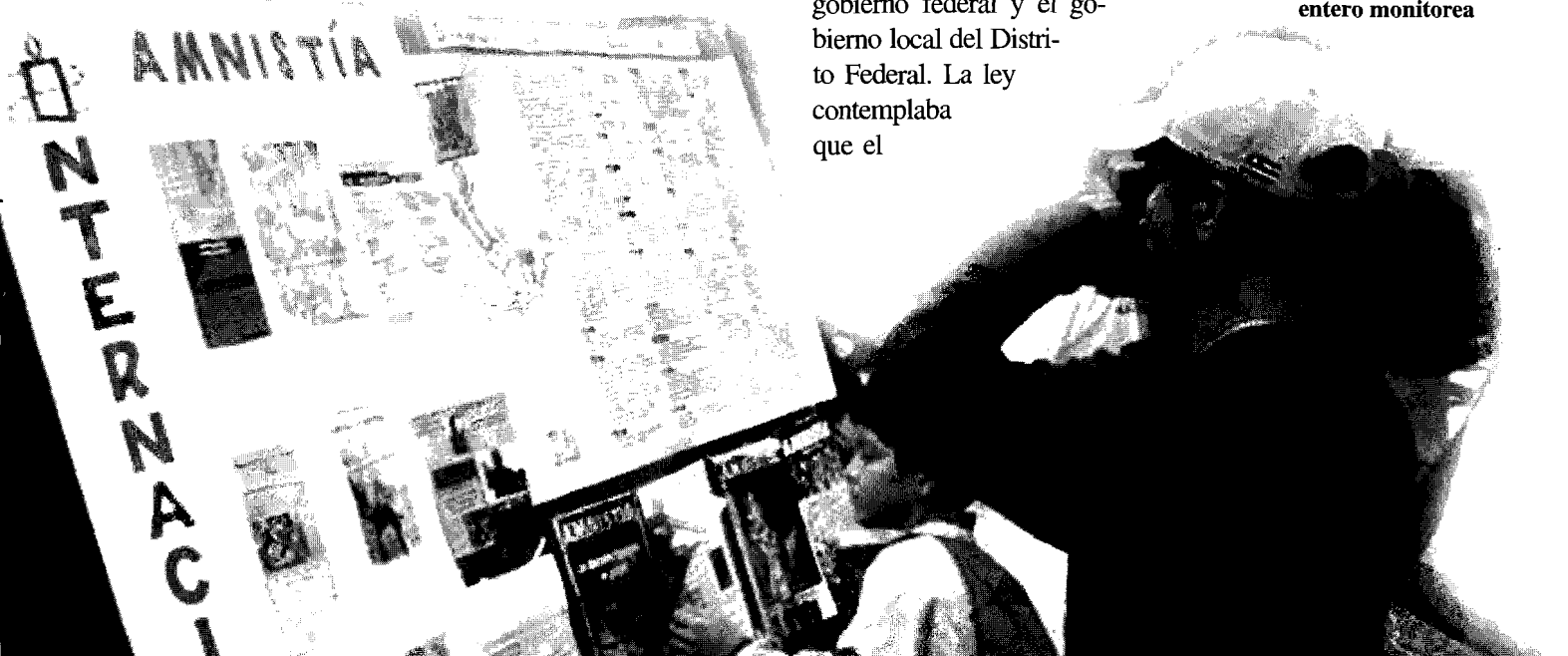
### Lo ético del debate sobre el código de ética

Otro aspecto controversial es la regulación de los contenidos en la programación y la transmisión de información sobre escándalos o sucesos extremos, tal y como ocurrió en el caso de la transmisión en vivo y en cadena nacional del linchamiento de tres agentes federales en la Ciudad de México, lo que desató toda una crisis política entre el gobierno federal y el gobierno local del Distrito Federal. La ley contemplaba que el

**El mundo entero monitorea**

INTERNACIONAL

AMNISTÍA



Consejo Ciudadano vigilará los contenidos, además de establecer en el artículo quinto que los prestadores del servicio informativo deberán informar de manera objetiva, plural, completa, veraz y oportuna. Se ha discutido bastante sobre la elaboración de un código de ética para los medios, teniendo en cuenta los últimos escándalos políticos protagonizados por políticos y artistas en la pantalla o en los micrófonos de las más importantes estaciones del país.

Cabe aquí anotar dos observaciones. Decir que la obligación del medio es informar con veracidad, objetividad y pluralidad es bastante laxo. Qué se entiende por cada uno de ellos. O mejor dicho, cómo se entiende cada uno de estos postulados. Además, el Consejo Ciudadano no sería un ente por encima de la sociedad, pertenecería a ella y por tanto es parte de las disputas, fobias y preferencias. Es lo que señalábamos sobre si los juicios morales son moralmente aceptables.

Junto a esto aparece un contrasentido: se pide informar con la verdad pero sin dañar a terceros. El código de ética, planteado de esta manera, evita la simulación pero da paso a un acto no ético como es la disimulación. La simulación es mentir, la disimulación es no decir la verdad, pero tampoco mentiras. La disimulación sería en este caso un acto no ético para hacer posible que funcione el código de ética al evitar el escándalo, y también el no informar todo lo que se sabe sobre el tema.

La Sociedad Interamericana de Prensa señaló con claridad esta contradicción al criticar, primero, los riesgos de la censura por las facultades discrecionales que el Consejo tendría al establecer como aforismos los términos objetivo, veraz y plural en la información. Qué es cada uno de ellos, qué tanta objetividad debe contener lo objetivo. Segundo, afectando la labor de noticieros en la investigación de temas políticos sensibles.

Algunos medios cuentan con sus propios códigos de ética, pero más que atacar los puntos centrales sobre el quehacer periodístico, son un manual sobre cómo debe vestirse el reportero y el tope en los precios de los regalos que puede recibir de parte de funcionarios o empresarios.

### **De la reforma estructural a cambios administrativos**

Tantas objeciones se han vertido, demasiadas presiones de grupos de interés y el retraso de su presentación en la Cámara por los tiempos políticos electorales que corren ya, no dejan lugar a dudas que la nueva ley está destinada, en uno de los más probables escenarios, a postergarse para las siguientes legislaturas, o en el mejor de los casos, a aprobarse con recortes de tal magnitud que desdibujarían la idea de un cambio de fondo en el tema de los medios. Parece que será esta última posibilidad la que



**Medios y derechos humanos**

prevalecerá en las discusiones en el Congreso. Así lo han mencionado los responsables de las comisiones que revisan el proyecto de Ley. El Consejo Ciudadano que regularía la relación entre medios, Estado y sociedad, con autonomía plena, se modificará para ser un organismo desconcentrado, dependiente de la Secretaría de Comunicaciones y de la Presidencia de la República. El otorgamiento de concesiones y sanciones seguirá bajo los criterios discrecionales del gobierno federal. La discusión de los temas del tiempo para campañas políticas será tema de reforma en el Código Federal de Procedimientos Electorales y no de esta ley. La pretensión de regular contenidos desaparece del proyecto.

Al final quedará la transformación jurídica de la relación de los medios con el Estado y la sociedad, quedará en una modificación de carácter administrativo que no cambia lo sustancial de la ley de 1960. En contraste, el debate de la reforma en los medios ha entrado en un círculo vicioso donde los políticos no asumen propuestas claras, y en cambio, remiten sus opiniones a la crítica de otras opiniones, a su vez, si los criticados son simples políticos tampoco tienen opiniones propias y sí muchas críticas a otras opiniones. El político *parece querer lo que otros quieren, porque él piensa que ellos quieren, y porque se orienta según aquellos que por sí mismos no saben lo que quieren, porque todos opinan lo que los otros quieren.*

## Conclusión

Por lo analizado hasta aquí, podemos aventurar que la Ley de Medios, disminuida y recortada, no ayudará a resolver la complejidad que los medios y la sociedad tienen que enfrentar. Será recurrente escuchar, leer y observar cómo todos los involucrados sustentan la necesidad de una reforma sobre los medios como fines de interés general, cuando en realidad esos mismos no son fines de interés público, sino espacios que tienen la función de hacer público todos los intereses de la sociedad, por muy divergentes que éstos sean. Los medios no son esencia del interés público, sino un espacio en los que se representan públicamente todos los intereses particulares de la sociedad. ❁

## Otros casos por países

### En Ecuador

En Ecuador, una iniciativa legal reciente del gobierno del Presidente Lucio Gutiérrez busca crear un *comité de contenidos*, que se encargaría de revisar los contenidos que se difundan o publiquen en los medios de comunicación, conociendo de oficio o a petición de parte o denuncia de cualquier persona, todos los temas relacionados con la publicidad, programación, horarios y, en general, con la información vertida en los medios. Las sanciones se equipararían a las que se imponen por incumplimiento de la ley a las empresas que dan servicio telefónico, en un monto entre un mil y 500 mil dólares.

El proyecto, además, entregaría al denominado *Consejo Nacional de Telecomunicaciones* (CONATEL) -en el que no tendrían representación los medios de comunicación- el manejo total del espectro radioeléctrico y de frecuencias de radio y televisión, extinguiendo la Secretaría Nacional de Telecomunicaciones (SENATEL) y el Consejo Nacional de Radio y Televisión (CONARTEL) en que participan la Asociación Ecuatoriana de Radiodifusión (AER) y la Asociación Ecuatoriana de Canales de Televisión (AECTV) y manteniendo a la Superintendencia de Telecomunicaciones (SUPTTEL) como entidad de control.

Tanto la AER como la AECTV y la Unión Nacional de Periodistas de Ecuador (UNP) expresaron su rechazo al proyecto por considerarlo que atenta contra la libertad de expresión y de opinión, que constituyen derecho universal y constitucionalmente consagrado en el Ecuador.

### En los Estados Unidos

En el Congreso estadounidense se tramita el proyecto H.R. 310, titulado *Broadcast Decency Enforcement Act of 2005*, que, básicamente, incrementa las multas por violación de prohibiciones contra la transmisión de material obsceno o indecente por radio o televisión.

El proyecto se originó en la Cámara de Representantes, donde fue aprobado el 16 de febrero por una mayoría de 389 votos contra 38 y seis abstenciones. Cuenta con el soporte de diputados de los dos partidos, tanto demócratas como republicanos.

Seguindo el procedimiento de promulgación de leyes en los Estados Unidos, el proyecto pasó el mismo día al Senado, para votar su aprobación que, de ocurrir, pasará a la Casa Blanca para la firma o veto del Presidente George W. Bush. Si la firma, se convertirá en ley.

Nuestra corresponsal en Nueva York, Maria Helena Barrera-Agarwal, nos comentó: en vista del apoyo que se le ha brindado en la Cámara de Representantes es muy posible que el Senado apruebe el proyecto. La Oficina Ejecutiva del Presidente Bush, en un comunicado de prensa, anticipó que el proyecto cuenta con el apoyo del Presidente, así que su firma parece también segura.

### En España

El 21 de octubre, la cadena pública RTVE aprobó un borrador para un código contra la denominada *telebasura*. El código busca la protección del público infantil e integra 30 normas entre las que destacan rubros como: clasificación por edades, dignidad a las personas, violencia, sexo, horario protegido, drogas, lenguaje y publicidad.

Para RTVE quedan prohibidos los programas que incluyan explícitamente representaciones violentas y de contenido sexual.

El 27 de octubre, los responsables de las cadenas de televisión y el Ejecutivo alcanzaron un acuerdo marco para poner coto a la telebasura en el horario reservado para los menores de edad, que abarca desde las 06h00 hasta las 22h00. Dentro de este horario se comprometieron a extremar las precauciones, especialmente entre las 17h00 y las 20h00 horas, para preservar a los niños de imágenes violentas o que contengan sexo explícito. El pacto de autorregulación, que entrará en vigor en marzo de 2005, incluye la elaboración de un código de corregulación que establezca de manera clara, y comúnmente aceptadas, las pautas mínimas que deberán regir la programación de las distintas emisoras. El código nace con el compromiso de que no podrá ser vulnerado por nadie. En caso contrario, el Gobierno intervendrá con sanciones.