

Chasqui

Revista Latinoamericana
de Comunicación

No. 54 - JUNIO 1996

Director

Asdrúbal de la Torre

Editor

Fernando Checa Montúfar

Consejo Editorial

Jorge Mantilla Jarrín

Edgar Jaramillo Salas

Nelson Dávila Villagómez

**Consejo de Administración de
CIESPAL**

Presidente, Tiberio Jurado, Rector de la
Universidad Central del Ecuador.

Roberto Passailaigue,

Ministro de Educación.

Diego Rivadeneira,

Min. Relaciones Exteriores.

Héctor Espín, UNP.

Jorge Estupiñán Tello, UNESCO.

Louis Hanna Musse, AER.

León Roldós, Universidad Estatal de
Guayaquil.

Edgar Jaramillo Salas,

FENAPE.

Asistente de Edición

Martha Rodríguez

Portada

Gonzalo Endara Crow

Impreso

Editorial QUIPUS - CIESPAL

Chasqui es una publicación de CIESPAL

Apartado 17-01-584. Quito, Ecuador

Telf. 506 149 544-624. Telex: 22474

CIESPL ED. Fax (593-2) 502-487

E-mail: chasqui@ciespal.org.ec.

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

Los artículos firmados no expresan
necesariamente la opinión de CIESPAL o
de la redacción de la revista. Se permite su
reproducción, siempre y cuando se cite la
fuente y se envíen dos ejemplares a

Chasqui

NOTA A LOS LECTORES

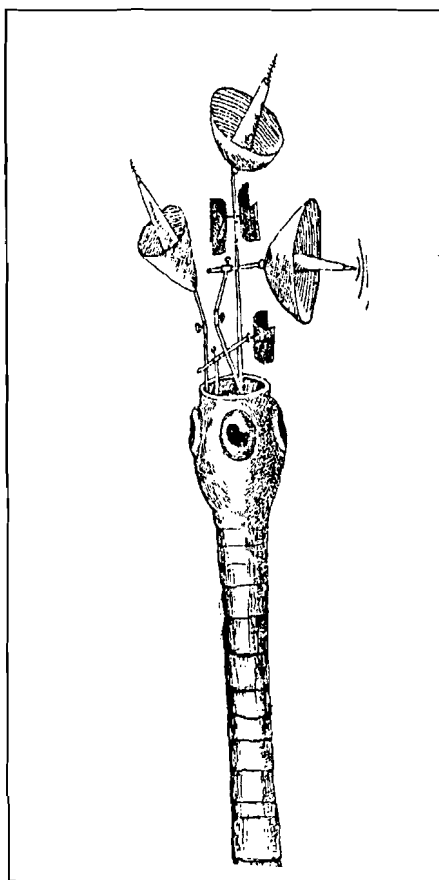
Complejo, polémico e insondable, **El laberinto de la ciberred** provoca adhesiones eufóricamente optimistas, sabotajes creativamente iconoclastas, expectativas anhelantes de democracia. Según Bill Gates, "los beneficios y problemas que surgirán serán mucho mayores que los que produjo la revolución de las PC", introducidas en los albores de los años 80. Ahora, el cibernauta ya puede acceder a una inimaginable oferta de información multimedia, hacer sus compras, apostar, blanquear narcodólares, acceder a mensajes de una enorme gama de emisores (desde el movimiento neonazi que incita a la violencia racista, hasta el de Chiapas que expone globalmente las razones de su lucha), degustar una pornografía que está siendo censurada... y, todo ello, desde su casa. Beneficios y problemas son los que caracterizan al caos existente en la telaraña cibernética, caos que aún garantiza libertades, pero presenta enormes limitaciones para quienes no tienen acceso adecuado a la tecnología; más aún en una América Latina (solo el 0.6% de los usuarios de Internet en el mundo) carente de políticas de comunicación que generen condiciones para un uso intensivo, extensivo y democrático de la ciberred.

La cultura visual que vivimos, cultura multimediática, satelital, informática, TVisionada... tiene como uno de sus soportes fundamentales a la "más antigua nueva tecnología": **La televisión por cable**. Para el año 2000, la TV pagada tendrá 20 millones de suscriptores en América Latina. No sorprende, entonces, que los Azcárraga, Murdock, Marinho, Abril, Vargas, etc., estén muy interesados en este lucrativo y creciente negocio, como lo han estado los monopolios y oligopolios nacionales, generalmente en franco contubernio con los gobiernos latinoamericanos. Así, está vigente para la región lo que Furio Colombo vaticinó, hace más de 20 años, para Italia: "El cable puede desafiar o no al monopolio, según las fuerzas que consigan intervenir para controlar o ampliar su uso. Aquello que conocemos como televisión cambiará en todo caso, pero no cambiarán... todos los demás aspectos del problema del control de las informaciones y de las comunicaciones". Al respecto, el reto para la comunicación democrática y sus diversos actores es enorme, demanda un conjunto de acciones sistemáticas, sostenidas, compartidas y plurales para, al margen de veleidades integristas o apocalípticas, asumir posiciones que permitan transformar este fenómeno audiovisual, en función de los propios y auténticos intereses latinoamericanos.

"Si la prensa es un perro de vigilancia, ¿quién vigila a la prensa?". Es una pregunta imprescindible cuando del poder de esta se trata ("es demasiado poder, es un poder peligroso", lo reconoce un empresario de medios venezolano). Y la misma empresa periodística contemporánea ha encontrado dos maneras de vigilarse, de controlarse, no suficientemente evaluadas: el Consejo de prensa y el *Ombudsman*. Esta última palabra, de origen escandinavo, designa al abogado, representante o **Defensor del lector** (*ombuds* significa "aquel que representa"). En este módulo temático de *Chasqui* ofrecemos, por primera vez, distintos acercamientos al perfil del *ombudsman* de prensa, las ventajas y límites de esta institución, su necesaria independencia, trans fondo ético, autonomía y otros aspectos que contribuirán a fortalecer mecanismos adecuados para controlar ese "peligroso poder", ojalá extensivos a los otros medios, sobre todo a la TV.

EL LABERINTO DE LA CIBERRED

Solo el 0.6% de los usuarios de Internet en el mundo son de Latinoamérica. Las limitaciones tecnológicas de acceso a la ciberred son serios obstáculos para democratizarla y ponerla al servicio de los intereses regionales.



- 4** El periodista en la quinta revolución cultural
Rafael Roncagliolo
- 8** La "sociedad de la información": ¿promesa de futuro o eslogan neoliberal?
Bernat López

12 Computadoras y vídeo: nuevos mercados globales
Enrique González-Manet

16 El Internet en América Latina
Sally Burch

20 Veneno en la red
Christian Ferrer

25 Tomando el pulso al laberinto

LA TELEVISION POR CABLE

Para el año 2000, los suscriptores de la TV pagada serán 20 millones en América Latina. Este es un negocio que están disputándose los magnates nacionales y transnacionales de la comunicación. En este contexto, ¿cuáles son las posibilidades que tenemos para democratizar este servicio?



29 Argentina: de los cableros a los grandes operadores
Diego Rossi

33 Mucho gusto Argentina, encantado Brasil
Anita Simis

37 Uruguay: a la espera del beso del príncipe
Enrique Roldós

41 Ecuador: David y Goliat en el cable
Fernando Checa M.

46 Venezuela: hacia un canal de servicio público
Carlos Eduardo Colina

51 La televisión directa: lucha de gigantes
Gonzalo Ortiz Crespo

56 TV: la captura en la imagen
Roberto A. Follari

EL DEFENSOR DEL LECTOR

La prensa tiene "demasiado poder, un poder peligroso". ¿Cómo controlarlo?, ¿cómo vigilarlo? Una de las opciones son los ombudsmen, experiencia no suficientemente evaluada. Aquí, algunas reflexiones al respecto.



- 60** Perfiles de la Defensoría del Lector
Diego Araujo Sánchez
- 63** ¿Son necesarios los ombudsmen?
Mario Xavier

- 68** El poder de los medios y el ombudsman
Eleazar Díaz Rangel
- 72** México: hacia la creación del ombudsman
Javier Esteinou Madrid

NUESTRA PORTADA

Sin título. Acrílico en tela.
120 x 80 cm. de

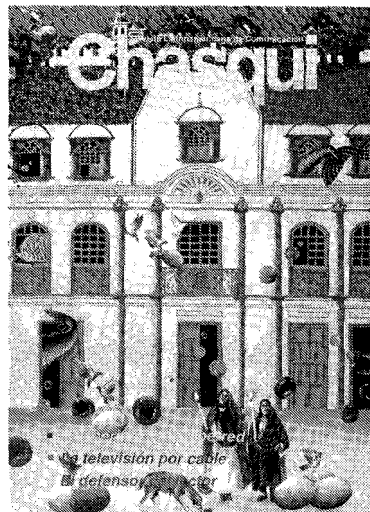
GONZALO ENDARA CROW
Ecuatoriano

17 marzo de 1936
14 de abril de 1996

Porque en su obra y en su aporte a la cultura, él pervive.

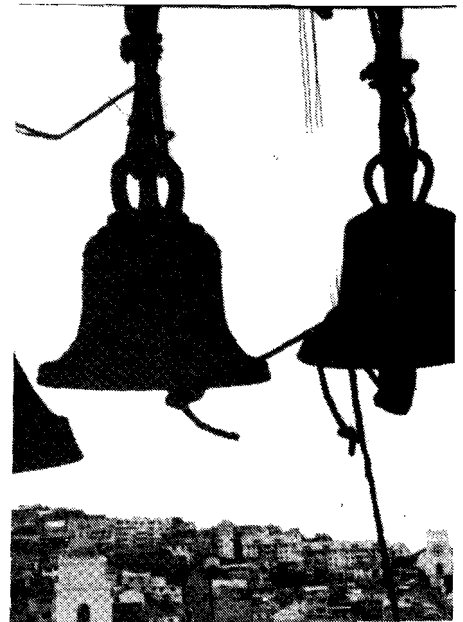
DISEÑO PORTADA Y
CONTRAPORTADA

ARTURO CASTAÑEDA V.



- 75** Un faro para la prensa
Marcia Gurgel
- 77** Canadá: control de la violencia en la TV.
Andrea Martínez
- 81** Los ombudsmen: un balance

ENSAYOS



- 83** Espejo, periodista esencial
Hernán Rodríguez Castelo
- 86** La iglesia y los medios de comunicación
Gregorio Iriarte
- 88** Colombia: los periodistas y el proceso 8.000
Juan Pablo Ferro C.
- 91** Historia de una histeria
Jorge Luis Gómez
- 93** IDIOMA Y ESTILO
El periodista y el verbo
Hernán Rodríguez Castelo
- 96** ACTIVIDADES DE CIESPAL
- 97** NOTICIAS
- 99** RESEÑAS

CANADA: Control de la violencia en la TV

Tomando como ejemplo el debate sobre el control de la violencia en la TV, este ensayo analiza los mecanismos de mediación del Consejo de la Radiodifusión y de las Telecomunicaciones Canadienses (CRTC) en el contexto actual de deserción del espacio público y de autoreglamentación del mercado. Su propósito es destacar la significación y los límites de esta mediación, así como proponer algunos elementos de comunicación participativa para dar protagonismo al público.



Litografía de Honoré Daumier/Canada

Si bien la violencia en la pantalla no es un problema nuevo, el desarrollo sin precedente de una "tecnología" de la violencia realista y de un arsenal de la muerte en directo interpela hoy en día la conciencia posmoderna de una sociedad en plena mutación cultural. Por cierto, la historia de la humanidad rebosa de representaciones violentas, sean pictóricas o literarias que, más allá de su dimen-

sión estética, cuestionan nuestra relación con el mundo.

A diferencia de las obras maestras, gobernadas por un ideal, un Rambo no pretende revelar la "esencia verdadera" del ser. Todo lo contrario. Epifenómeno de la cultura de masas, su valor es similar al de cualquier producto manufacturado, lo que en sí influye en la socialización de los individuos. Pero, ¿qué sucede cuando los modelos universales se desmoronan, cuando el narcis-

simo y el consumismo acaparan simultáneamente el imaginario colectivo de una mayoría silenciosa harta de promesas políticas?

Del homo politicus al homo sicologicus

En Canadá, la particularidad del debate sobre la violencia en la TV radica, precisamente, en la emergencia y la con-

ANDREA MARTINEZ. Profesora de comunicación en la Universidad de Ottawa.

frontación de grupos de interés decididos a afirmar sus gustos y preferencias individuales en materia de consumo mediático, último repliegue de una colectividad cuyo destino parece escapársele. La matanza, en diciembre del 89, de 14 estudiantes de ingeniería, todas mujeres, sin otra razón aparente que el odio al sexo femenino (el autor, un "desequilibrado mental" según la prensa), cristaliza el malestar de una sociedad en vías de disolver sus referencias culturales, se verbaliza el sentimiento generalizado de un vacío provocado por la erosión de las identidades, de los valores y de los roles sociales tradicionalmente atribuidos a los hombres y mujeres, a los niños, a los locos y a los civilizados.

Frente a la inseguridad creciente, al desempleo, al recrudecimiento de la discriminación racial y étnica, al abandono

escolar, a la deestructuración de la familia y a la marginalización de nuevas categorías sociales (madres adolescentes, síndicos, toxicómanos, alcohólicos e itinerantes), los ciudadanos abandonan paulatinamente el espacio político y las grandes ideologías unificadoras en beneficio de preocupaciones privadas e inmediatas, provocadas por la sociedad de consumo. Al *homo politicus* le sustituye el *homo sicologicus*; es decir, el sujeto egocéntrico y angustiado, sin pasado ni futuro, cuyas acciones, desconectadas de todo proyecto histórico, se diluyen en la búsqueda de un bienestar efímero (Lipovetsky, 1983). Como lo precisa Maffesoli (1988), ya no es necesario dar un sentido profundo al mundo, la vida se transforma en una "sucesión de presentes" sin metas ni otro sentido que el culto de la libertad de decidir, de sus impulsos y deseos del momento. Actitud posmoderna que explica la polarización de los canadienses en torno a la violencia en la TV: para los unos, toda tentativa de controlar esta violencia constituye un ataque no solo a la libertad de expresión sino, fundamentalmente, a la libertad de consumir su desengaño; para los otros, tal control protege del reflejo cotidiano de una «decadencia moral» cuya presencia reactiva el mismo desengaño. En un caso como en el otro, la violencia televisiva concreta el derecho de reivindicar su elección en la esfera privada.

Si, por otra parte, la radicalización de posiciones no impide la formación de nuevas solidaridades, estas son, a la imagen del hedonismo, emotivas, esporádicas e intensas, como lo ilustra el caso de Virginie Larivière. Convencida de que la violencia en la TV contribuyó al asesinato de su hermana menor, esta adolescente de 13 años, en aquel entonces (1992), lanza una petición a lo largo del país para eliminar toda forma de violencia en la TV. Durante ocho meses, su petición moviliza más de un millón de individuos cuya firma es la única manifestación concreta de su adhesión temporal a esta causa social con fuerte carga moral. Una vez que la petición estuvo en las manos del Primer Ministro de Canadá, el grupo se disolvió automáticamente.

Delegación de responsabilidades

En un sistema democrático, el Estado no puede abstraerse de las demandas ciudadanas. Para evitar deslices que

comprometan su propia existencia, le es imprescindible hacer ofertas de legitimación comprobables, más aún en el caso de una cuestión ética. Así es cómo el gobierno canadiense confía a un comité parlamentario (el Comité Permanente de las Comunicaciones y de la Cultura, CPCC) la responsabilidad de examinar las soluciones posibles a la violencia en TV, de conformidad con la libertad de expresión. Luego de una serie de audiencias públicas, en las cuales participaron representantes del Estado, de la radiotelevisión (productores inclusive) y de asociaciones e instituciones interesadas en el problema, el Comité publicó, en junio del 93, su informe *La violencia en la televisión: degradación del tejido social*. Entre las principales recomendaciones, este informe propone que, "para evitar la intervención directa del Estado", el CRTC:

- incite a las radiodifusoras a adoptar códigos de ética en materia de violencia en la TV, los cuales deberán ser aprobados oficialmente por este organismo;
- imponga, como condición para la obtención de una licencia, el respeto de estos códigos;
- establezca las grandes líneas de un sistema nacional de clasificación de los programas de TV que, si es posible, se integre a los sistemas provinciales existentes de clasificación de filmes y de videocasetes;
- determine la hora a partir de la cual convenga difundir programas reservados a los adultos;
- aplique las sanciones permitidas por la ley de la radiodifusión, en caso de irresponsabilidad de parte de la industria; e,
- intensifique sus esfuerzos de información al público sobre los mecanismos necesarios para formular quejas o comunicar sus opiniones respecto a la programación violenta.

Fenómeno poco sorprendente, pues estas recomendaciones confortan la política de autoreglamentación del CRTC adoptada a fines de los años 80, en el marco de un movimiento político más amplio, llamado «menos Estado». Hija moderada del neo-liberalismo, la autoreglamentación erige el mercado en instancia reguladora. Salvo que, contrariamente a la desreglamentación,

Convenida de que la violencia en la TV contribuyó al asesinato de su hermana menor, esta adolescente de 13 años, en aquel entonces (1992), lanza una petición a lo largo del país para eliminar toda forma de violencia en la TV. Durante ocho meses, su petición moviliza más de un millón de individuos

la libertad de empresa adquiere aquí un precio: la responsabilidad social. Es, pues, el deber de las emisoras de TV asumir la función de vigilancia de la programación mediante códigos de ética que prohíban la difusión de escenas de "violencia gratuita" que la favorezcan, la glorifiquen o la idealicen. Aprobados por el CRTC en septiembre de 1994, con la condición de que un sistema nacional de clasificación de los programas sea eventualmente incluido, su administración incumbe a un organismo intermediario, creado por la industria de la radiodifusión privada, el Consejo Canadiense de Normas de la Radiodifusión (CCNR).

En principio, se trata de un mecanismo de deontología cuya función es guiar a la industria en la aplicación de sus códigos y ofrecer al público un foro donde expresar sus preocupaciones sobre la programación. El CRTC se reserva el derecho de intervenir en caso de que estas quejas queden en letra muerta. Al mismo tiempo que esta delegación de responsabilidades alivia el CRTC de una tarea costosa, moral y económica, las emisoras aceptan voluntariamente restringir su propia libertad en función del «bien público». Ahora, ¿cuál es la eficacia de tal proceso?

¿Panacea o utopía sosa?

Desde un punto de vista formal, el "bien público" se refiere al establecimiento de un medio favorable al desarrollo de la personalidad y de las actividades legítimas de cada individuo, así como al mantenimiento de un cierto orden generador de consenso, de seguridad y de confianza. En la base de estas actividades se encuentra la comunicación, definida como una red de interacciones entre actores de un espacio social, una tradición cultural y un tiempo histórico dados.

Más que un simple intercambio de información, la comunicación incorpora, según lo ha mostrado Habermas (1987), tres procesos simultáneos de interacciones: la reproducción cultural de un repertorio común de conocimientos o estructuras simbólicas a través de ciertos esquemas consensuales de interpretación; la integración social de estos conocimientos mediante un conjunto de normas, valores, motivaciones y finalidades compartidos por los miembros de una colectividad, y por este hecho legiti-

mados; la formación de la personalidad adulta, nudo del "actuar comunicacional", es decir de la capacidad del individuo adulto de orientar, de manera autónoma y responsable, sus motivaciones hacia acciones que favorezcan el compromiso entre los participantes de la comunicación.

Aplicado al problema que nos ocupa, este compromiso no se ha dado. La mediación del CRTC se ha operado de tal modo que sus acciones no entren en conflicto mayor con las prerrogativas del aparato económico. Ante la convergencia de las tecnologías y la intensificación de la competencia en el complejo industrial mundial, la autoreglamentación busca amortiguar las protestas e inseguridades del público, sin por ello atacar de frente la comercialización de una cultura prefabricada del *self-service* y de lo efímero. El hecho de transferir, bajo ciertas reservas deontológicas, la responsabilidad de la violencia a las emisoras, evita al CRTC poner trabas a la estabilidad y al crecimiento capitalista de una industria modelada por la percepción de lo que atrae a la audiencia y vende. Si, por un lado, este ejercicio permite desplazar las horas de difusión de la violencia (de las 21h00 a las 06h00), lo que se supone satisface los deseos de una

franja importante de telespectadores, por el otro, acredita la reproducción de una tecno-cultura despejada de los apremios tradicionales de una filosofía del individuo y del mundo (*Weltanschauung*).

Una vez más, la lógica económica del consumismo a la carta se impone como la panacea de la emancipación del individuo. Utopía, sosa utopía. Esperar un compromiso social a base de la gratificación privada solo sirve para evacuar del espacio público el problema más profundo de la crisis de valores y de modelos normativos que, como se dijera al comienzo, socava a la sociedad canadiense. Mientras tanto, salen vencedoras las fuerzas del mercado.

¿Cuándo el regreso del actor?

Actualmente, el CRTC hace nuevas consultas públicas para asegurarse que los ciudadanos respalden su política de autoreglamentación. Como con las radiodifusoras, los telespectadores no tienen ni la influencia directa sobre los mercados ni el apoyo real de los poderes del Estado. Intentar un consenso en estas condiciones es tan absurdo como invitar a los ciudadanos a boicotear la programación violenta. Sin una voluntad política de restablecer el actuar comunicacional en la sociedad civil, es



Beavis an Butt-head, un ejemplo de la violencia a través de MTV

Misión y Estatuto del CRTC

Creado en 1968 por el Parlamento de Canadá, el CRTC tiene el poder de reglamentar y vigilar todos los aspectos del sistema de la radiodifusión nacional (radio A.M. y F.M., televisión, teledistribución, televisión pagada y servicios especializados), según la aplicación de la *Ley de la Radiodifusión*. Modificada en 1991, esta ley establece que el sistema de la radiodifusión utiliza frecuencias de dominio público, debe quedar bajo propiedad y control canadiense; además, comprende elementos públicos, privados y comunitarios. La función de este sistema mixto es ofrecer un servicio accesible a todos, en francés e inglés, "esencial para la valorización de la identidad nacional y de la soberanía cultural". Las emisoras son "responsables de sus emisiones" y su programación debe ser "variada, equilibrada, de gran calidad y de origen principalmente canadiense". De conformidad con la ley, incumbe al CRTC atribuir, renovar, modificar, suspender o revocar las licencias de radiodifusión de las emisoras, excepto las de *Radio Canadá* (sociedad pública de radio y televisión) que solo pueden ser modificadas o renovadas. Aunque el CRTC puede, igualmente, imponer ciertas **condiciones** de licencia obligando a sus detentores a plegarse a los objetivos de la ley, su autonomía es relativa puesto que la misma ley otorga un poder de directiva, en la materia, al gobierno federal.

pio debieran asistir. Aún más, las proposiciones que se distancian de las leyes del mercado son raramente consideradas en las decisiones relativas a la concesión o a la renovación de una licencia de radiodifusión. Por ello, es urgente desarrollar nuevos mecanismos de interactividad que vayan más allá de la simple formulación de quejas. Desde ya, se puede sugerir que organismos intermedios semejantes al CCNR rindan cuentas al público sobre las medidas concretas (multas u otras) adoptadas en caso de no conformidad de sus miembros con los códigos de ética. Por otra parte, habría que crear puentes entre los productores independientes, que abastecen a las empresas de radiodifusión, y sus públicos.

Tercero, convendría revitalizar las producciones locales, públicas o independientes, que favorezcan la dignidad humana y el bien común. En el contexto de recesión económica, esto supone una revalorización de parte de los estados de sus prioridades culturales. Ante el espectro de la globalización de los mercados, varios ceden a la tentación de privatizar la cultura, olvidando que de ella depende la «historicidad» de los pueblos. De ahí la necesidad de incrementar los presupuestos destinados a este sector vital de las sociedades.

¿Podrán los ciudadanos reapropiarse, en un futuro cercano, del espacio público que la cultura mercantil les ha robado? ❁

BIBLIOGRAFIA

- Habermas, Jürgen., *Théorie de l'agir communicationnel*, tomo 2, Paris, Fayard, 1987.
 Lipovetsky, Gilles., *L'ère du vide. Essais sur l'individualisme contemporain*, Paris, Gallimard, 1983.
 Maffesoli, Michel., *Le temps des tribus*, Paris, Méridiens Klincksieck, 1988.

difícil concebir la formación de una solidaridad social. Para ello es necesario que el mediador (el CRTC u organismos equivalentes en América Latina) asuma plenamente su responsabilidad de iluminar (*éclairer*) al público. Su reto es favorecer, con el apoyo del Estado, el regreso del actor (aquí el público). A fin de frenar la espiral del consumismo hedonista y autodestructor se podrían explorar, en una primera etapa, tres posibilidades:

Primero, la educación crítica de los perceptores. No bastan una o dos campañas televisivas sobre los impactos psicológicos de esta forma de violencia, para transformar las actitudes y los comportamientos de consumo de los ciudadanos. Lo que se necesita es alertar a los telespectadores, de manera sostenida y sistemática, sobre los verdaderos

intereses (sociales, económicos y políticos) de la violencia en la TV. Por ejemplo, aprovechando que en Canadá ya existe un esfuerzo de concertación entre las distintas agencias de socialización (escuelas, medios públicos y comunitarios, ministerios, ONG's, etc.), el CRTC debería incitar a la industria de la TV (privada, pública y comunitaria) a promover las actividades de sensibilización ante la violencia, realizadas por estas organizaciones.

Segundo, considerar el acceso y la participación de los telespectadores. Desgraciadamente, en Canadá, las audiencias públicas sirven de exutorio para la insatisfacción de ciertos grupos de interés, más que de foro accesible al gran público. Y, por tanto, sus reglas de participación son codificadas de modo que disuadan a los individuos que en princi-

CONSIGNAS

MEDIOS & COMUNICACION

LA UNICA REVISTA SOBRE
 MEDIOS & COMUNICACIÓN DE LA ARGENTINA

Suscripción
 por 5 números: u\$ 40

CUCHA CUCHA 5, 9° "A". (1405) CAPITAL, REP. ARGENTINA.
 TE/FAX: 00-54-1-432-1618