

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

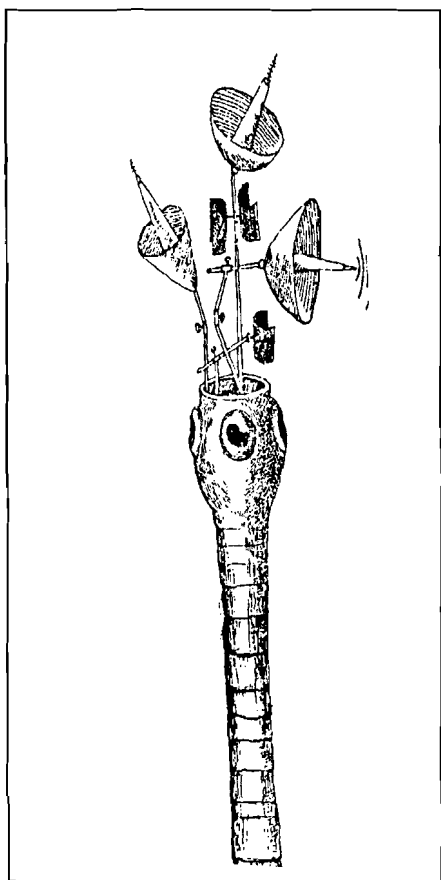
Complejo, polémico e insondable, **El laberinto de la ciberred** provoca adhesiones eufóricamente optimistas, sabotajes creativamente iconoclastas, expectativas anhelantes de democracia. Según Bill Gates, "los beneficios y problemas que surgirán serán mucho mayores que los que produjo la revolución de 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

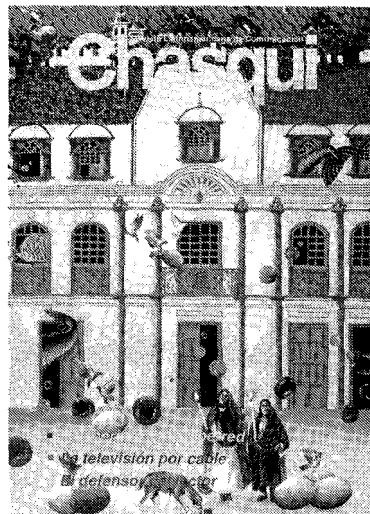
GONZALO ENDARA CROW
Ecuatoriano

17 marzo de 1936
14 de abril de 1996

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

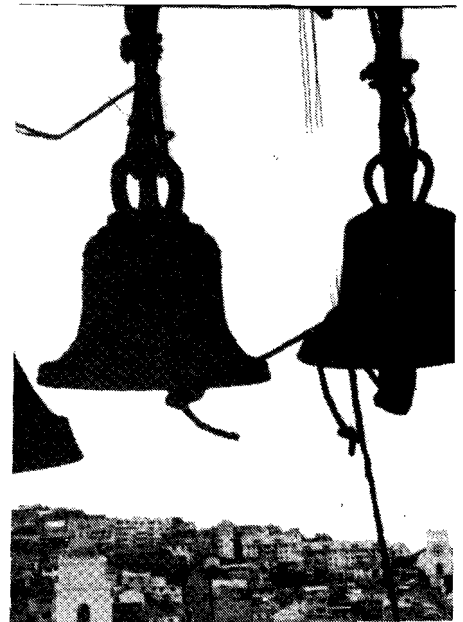
DISEÑO PORTADA Y
CONTRAPORTADA

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

Los ombudsmen: un balance

Hay algunas inquietudes sobre el presente y el futuro del ombudsman en América Latina. Estas inquietudes, más o menos generalizadas, propusimos como cuestionario a otros ombudsmen de la región. En el siguiente texto, ponemos a consideración del lector las respuestas de quienes nos respondieron: Leopoldo Villar Borda, de El Tiempo de Bogotá, y Marcelo Leite de la Folha de Sao Paulo.

Algunos periodistas afirman que no necesitan más crítica desde dentro de sus medios (no quieren que sus errores se hagan públicos), sino más desde fuera, desde los lectores, ¿cuál es su opinión?

L.V.B.: Por la novedad de la figura en América Latina, todavía no se ha formado una conciencia clara, entre los periodistas y los lectores, sobre la importancia que tiene la defensoría, no solo para preservar la credibilidad de los medios sino también para contribuir a mejorar la calidad de su contenido. Es obvio que la crítica que más debe interesar a los periodistas es la que proviene de los lectores, cuyos intereses tienen que constituir preocupación primordial de la prensa. Pero esto no tiene por qué ex-

cluir la labor de constante mejoramiento en que se deben empeñar los propios medios, y a la cual puede contribuir el defensor de manera muy eficaz. Así como la atención que presta el defensor a los reclamos de los lectores ayuda a canalizarlos con más rapidez y eficiencia, las críticas públicas que este hace son la mejor demostración de que el medio acepta la fiscalización de su contenido y quiere mejorarlo.

M.L.: El periodista y los órganos de prensa necesitan de ambas. En la *Folha de Sao Paulo* entendemos al *ombudsman* como un canal en los dos sentidos: de un lado, formula su propia crítica de las ediciones y las hace públicas; de otro lado, recibe y transmite a la redacción aquellas que provienen del lector.

Según su experiencia, ¿cuáles han sido los aspectos positivos y negativos del ombudsman?

L.V.B.: En *El Tiempo*, entre los aspectos positivos, observo que los redactores cuidan más su trabajo por el hecho de saber que existe una fiscalización permanente del mismo, los lectores encuentran una más rápida satisfacción a sus quejas y los errores son corregidos también con mayor rapidez y eficiencia. Los aspectos negativos son la resistencia que ofrecen los periodistas a la crítica, en ocasiones su escasa disposición a escucharla, y la falta de suficiente conciencia entre los lectores acerca de los derechos que tienen y las exigencias que pueden hacerles a los medios.

M.L.: En el caso de Brasil, los siete



Juan Guerrero/Cappalea

años de experiencia pionera de *La Folha...*, sin duda, contribuyeron para acostumar a los periodistas a la obligación de rendir cuentas de sus acciones al público. Lo negativo es que todavía no se ha difundido esta experiencia a toda la prensa.

¿Cuál es el futuro del ombudsman en América Latina, considerando que algunos medios los han eliminado?

L.V.B.: Todo depende de la importancia que los medios den a la preservación de su credibilidad. Los que tengan claro que ese es el objetivo más importante que deben perseguir, porque la credibilidad es el mayor patrimonio que pueden acumular, sin duda llegarán a la conclusión de que la defensoría es un buen instrumento para lograrlo.

M.L.: No solo en América Latina, también en Estados Unidos hay preocupación por el cerramiento de puestos de

ombudsman, con la onda de la reducción de personal que asuela a las empresas de comunicación. Sin embargo, no parece ser el caso de Brasil.

¿Cómo ve la posibilidad de que la Defensoría del Lector sea ejercida por un organismo independiente?

L.V.B.: La defensoría solo puede ser eficaz si surge de una decisión voluntaria de cada medio, pues solo esto garantiza su disposición a aceptar la fiscalización de su contenido y la presencia de alguien que se encargue de velar porque esto se cumpla. Por esta razón, no creo que la defensoría pueda funcionar con la misma eficiencia y producir los mismos resultados si se encuentra en manos de un organismo independiente o si, de algún modo, es impuesta al medio. Por otra parte, la presencia del defensor en la redacción para responder de inmediato a las quejas de los lecto-

res, determinar sin demora si proceden o no, señalar a los redactores las fallas e incluso ayudar a prevenirlas mediante su disponibilidad para ser consultado, es indispensable para que su labor sea realmente útil. Lo importante es que, aun siendo contratado por el medio, tenga garantizada su independencia. En el caso de *El Tiempo* no la he visto amenazada.

M.L.: Veo con simpatía que la sociedad cree otras y nuevas formas de vigilancia del trabajo de la prensa, siempre y cuando a ellas no se les atribuya una función de censura o cercenamiento de la libertad de información. No apreciaría esos "observatorios", así llamados en algunos países, como defensores **del lector**, pero sí **del público**, pues creo que la relación diario-lector tiene un carácter privado y puede ser vigilada, de mejor manera, por un *ombudsman* de la empresa y que tenga independencia. ☛

PERFILES LIBERALES



Dirija sus pedidos al Apartado 102 330 Bogotá, Colombia • Tels: (571) 215 5780, 215 5840, 236 6783
Fax: (571) 215 5801 • E-Mail: 73050.1240@compuserve.com •