

Chasqui

Revista Latinoamericana
de Comunicación

No. 56 - DICIEMBRE 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,
Universidad Central del Ecuador.

Sandra Correa,

Ministra de Educación.

Patricio Palacios,

Min. Relaciones Exteriores.

Héctor Espín, UNP.

Consuelo Feraud, UNESCO.

Washington Bonilla, AER.

León Roldós, Universidad Estatal de
Guayaquil.

Edgar Jaramillo Salas,

FENAPE.

Asistente de Edición

Martha Rodríguez

Corrección de estilo

Lucía Lemos

Manuel Mesa

Magdalena Zambrano

Portada

Oswaldo Guayasamín

Impreso

Editorial QUIPUS - CIESPAL

Chasqui es una publicación de CIESPAL

Apartado 17-01-584, Quito, Ecuador

Tel. 506 149, 544-624.

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

Aunque la democracia sea el "menos peor" de los gobiernos que el hombre ha inventado (Winston Churchill) o "un abuso de las estadísticas" (Jorge Luis Borges) o un sistema que "degenera en violencia y anarquía" (Polibio), o justamente por eso; quienes vivimos en ella tenemos la enorme responsabilidad de superar sus carencias, debilidades y defectos, y fortalecer sus virtudes. Evidentemente, esa responsabilidad es mayor para los medios y periodistas, lo cual, muchas veces, no es asumido apropiadamente. Con **Periodismo y democracia**, Chasqui quiere contribuir al enriquecimiento de esa responsabilidad, del periodismo como servicio y bien públicos, de los medios como espacios de un gran diálogo social, bases sobre las cuales debe asentarse la construcción de la democracia. En este módulo presentamos una variedad de enfoques sobre el tema: el rol del periodismo en la democracia; la incidencia de las nuevas tecnologías en el ejercicio democrático (la telecracia del futuro); la reedición de propuestas alternativas de comunicación, surgidas hace décadas en América Latina, que ahora reaparecen con otro nombre (Periodismo Comunitario) en E.U. y se extienden por el mundo; la formación de los comunicadores en función de la democracia. Incluimos dos informes de investigaciones realizadas en Ecuador, durante las elecciones de 1996 (que condujeron al tragicómico bucamato, ¿resultado de ese "abuso de las estadísticas"?), sobre cobertura electoral y la percepción que de ella tuvieron los electores.

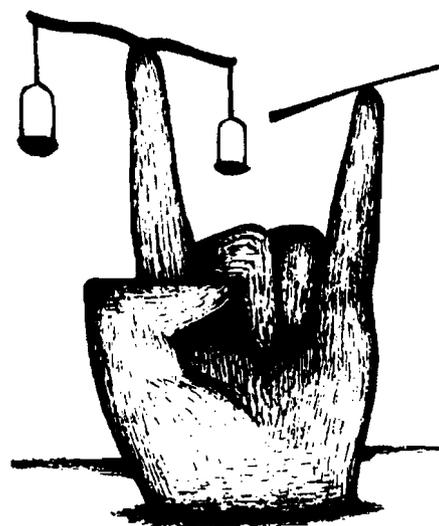
El proceso de globalización (eufemismo que encubre la creciente injusticia que entraña) extendido por el mundo y el desarrollo vertiginoso de las tecnologías de la información y la comunicación están determinando cambios enormes, en el marco de una realidad donde el Estado ha perdido considerablemente sus posibilidades de control y se ha debilitado frente a los sectores privados hegemónicos. En este contexto, una tendencia hacia la desregulación -el *laissez faire laissez passer* que la modernización (otro eufemismo encubridor) requiere- es la tónica actual predominante que la comunicación democrática debe enfrentar. A propósito de esto, varios organismos internacionales que trabajan en el ámbito de la comunicación, integrantes del G-8, realizaron un seminario en Caracas, en noviembre de 1996, en el cual abordaron el tema de la **Legislación de medios en América Latina**, especialmente la de la radiodifusión y la necesidad de democratizar el espectro radioeléctrico (sumar a la libertad de prensa la libertad de antena). Algunas ponencias de este encuentro y otros artículos concomitantes presentamos en este segundo módulo de Chasqui.

Frente a la gran posibilidad de que existan seres extraterrestres inteligentes en el universo, muchos científicos se han preguntado si es conveniente enviar mensajes a esas civilizaciones, ¿qué y cómo hacerlo si se recibe respuesta? Más aún, ¿qué hacer y quiénes deben representar a la tierra si esos seres nos visitan?, ¿cómo proceder? Estas y otras inquietudes las vienen analizando, en diversos foros internacionales, los integrantes del Comité SETI (Search Extraterrestrial Intelligence) que reúne a una gran variedad de científicos de todo el mundo. Justamente, tres de estos foros se realizaron en 1996 (en Capri, Torino y Beijing) y en ellos participó CIESPAL. En **Comunicación con extraterrestres** ofrecemos la ponencia de su representante, Peter Schenkel, un documento oficial de dicho Comité y tres propuestas de declaraciones de principios (una de ellas de CIESPAL) que pretenden responder a los interrogantes señalados. Más allá del título sugestivo de este tercer módulo, está la preocupación de Chasqui para que los medios y periodistas contribuyan a la formación de una opinión pública ecuaníme y racional acerca de ETI, y eviten las distorsiones, prejuicios y credulidades peligrosas (tipo *Día de la independencia*) que suelen caracterizar a los mensajes sobre el tema.

PERIODISMO Y DEMOCRACIA

En sociedades excluyentes, injustas y verticales como las nuestras, la democracia es una utopía, un proceso, un hecho restringido. En tal virtud, el periodismo y los medios deben constituirse en un verdadero servicio público y en el escenario de un gran diálogo social que contribuya a construir democracia.

- | | |
|---|--|
| <p>4 Periodismo, democracia y transición
<i>Carlos Morales</i></p> <p>8 La democracia del futuro
<i>Rodrigo Borja</i></p> <p>11 Comunicadores para la democracia
<i>Sergio Inestrosa</i></p> <p>13 Periodismo comunitario: nuevo nombre para antiguos conceptos
<i>Alexandra Ayala Marín</i></p> <p>17 Periodismo comunitario: más preguntas que respuestas
<i>Rubén Darío Buitrón</i></p> | <p>19 Medios y elecciones en Ecuador
<i>María del Carmen Cevallos</i></p> <p>22 Ecuador 96: la cobertura electoral
<i>Ana López, Catalina Vaca</i></p> <p>25 Ecuador 96: El perceptor y la cobertura electoral
<i>Ana López, Catalina Vaca</i></p> <p>29 Cultura, comunicación y reforma del Estado mexicano
<i>Javier Esteinou Madrid</i></p> |
|---|--|



LEGISLACION DE MEDIOS EN A. L.

La reducción del Estado y la desregulación de los medios son características del actual mundo globalizado. Frente a esto, enorme es el esfuerzo que la comunicación democrática debe desplegar para lograr marcos legales que la amparen.

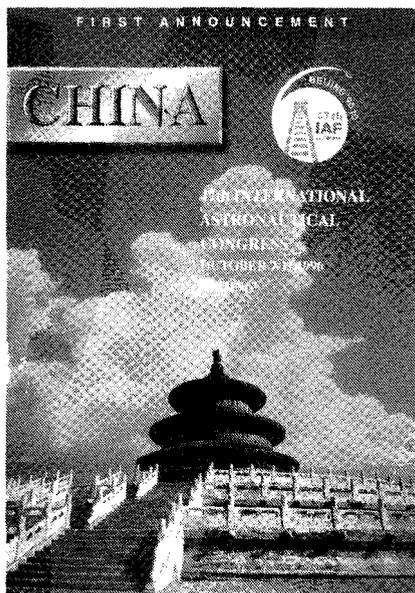
- 33** Globalización, neoliberalismo y derecho a la información
Francisco Iturraspe
- 38** Legislación y desregulación en el nuevo contexto
Carlos Eduardo Cortés
- 43** Libertad de expresión: el marco jurídico internacional
Manuel Rodríguez Cuadros
- 48** Libertad de expresión radiofónica
Rafael Roncagliolo
- 52** El derecho a radiodifundir
Damián Loreti



- 53** Hacia la democratización de la UIT
Bruce Girard, Seán O Siochrú
- 56** Los avatares de la radio en Argentina
Ricardo Horvath
- 60** Ecuador: discriminación a las radios comunitarias
Galo Chiriboga Zambrano
- 64** Documento: democratizar el espectro radioeléctrico

COMUNICACION CON EXTRATERRESTRES

¿Es conveniente enviar mensajes a posibles seres inteligentes extraterrestres?, ¿qué hacer si recibimos respuesta o nos visitan? Son algunas de las preguntas que se trata de responder con este módulo.



- 66** ¿Cómo enviar mensajes a extraterrestres?
Comité SETI de la IAA
- 69** El debate continúa
Peter Schenkel

- 73** Proyecto de declaración de principios relacionados con el envío de comunicaciones a inteligencias extraterrestres
Comité SETI
- 74** Declaración de principios relacionados a las actividades posteriores a la detección de inteligencias extraterrestres
- 76** Proyecto de declaración de principio para guiar el contacto y la comunicación con extraterrestres que visiten la Tierra
CIESPAL



NUESTRA PORTADA

Ramblas #3
Oleo sobre tela.
130 x 160 cm.
Quito, 1994

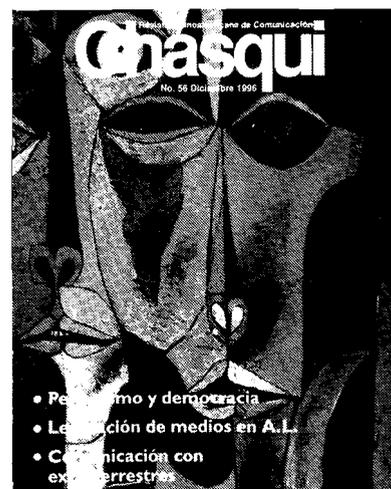
OSWALDO GUAYASAMIN

DISEÑO PORTADA Y
CONTRAPORTADA

ARTURO CASTAÑEDA V.

APUNTES

- 77** Eternamente joven
Colectivo de La Tribu
- 81** Espacios para voces juveniles
Leonel Yáñez Uribe
- 85** IDIOMA Y ESTILO
El periodismo y las siglas
Hernán Rodríguez Castelo
- 88** NOTICIAS
- 91** RESEÑAS



Los avatares de la radio en Argentina

La radiodifusión en Argentina sufrió los avatares políticos del país y la carencia de una legislación clara desde sus comienzos. En su evolución se llevó a cabo un debate esclarecedor sobre el rol del Estado en este aspecto, y se sintieron las exigencias empresariales en torno a la "autorregulación" con reclamo de leyes que se ocuparán, casi exclusivamente, en otorgar licencias. Ricardo Horvath realiza un recorrido por el proceso de la legislación de radio en su país.



Oscar Bonilla, Uruguay

En su libro *El derecho a la información*, Damián M. Loreti¹ señala que "habitualmente, la radiodifusión ha sido considerada en un segundo plano respecto de la libertad de prensa, en el entendimiento erróneo de que se trata de un servicio meramente comercial". Ya en 1934, desde las páginas de la revista *Micrófono*, Homero Manzi² escribía que "mientras la radio esté en manos particulares, perseguirá un fin utilitario y mientras persiga

RICARDO HORVATH, argentino. Periodista, escritor y docente. Crítico de medios.

un fin utilitario, el nivel estético de sus audiciones estará por debajo de la cultura general y conspirará contra la salud espiritual de nuestro pueblo, o sea, contra los intereses del Estado".

Analizando a la sociedad argentina, el pensador nacional Raúl Scalabrini Ortiz³ disparó sus dardos contra quienes manejan el país para sus intereses de clase: "Lo que no se legisla explícita a favor del débil, implícitamente queda a favor del poderoso". Fue lo que ocurrió en materia de radiodifusión, un tema que examináramos a fondo en *La trama secreta de la radiodifusión argentina*⁴.

La radio en Argentina nació sin ley y se desarrolló espasmódicamente sujeta a los ocasionales gobiernos, con disposiciones siempre contradictorias, superpuestas y transitorias, ya que se modificaban de acuerdo a las necesidades gubernamentales de turno, generalmente militares, pero influidos por civiles provenientes de la vieja casta oligárquica. En Argentina, la rigidez del sistema impidió la alternativa: edita, habla el que tiene el poder económico; se difunde la ideología dominante. Los medios son la correa transmisora del mensaje del sistema, que permite la "libertad de expre-

sión", una sutileza del lenguaje: todos podemos expresarnos, solamente los poderosos tienen la posibilidad de controlar los medios.

Los inicios de la radio

Así como en los años 50 la televisión se expandió por todo el continente latinoamericano, en la década de los años 20 la radio había realizado el mismo camino bajando del Norte desarrollado hacia el Sur colonizado, copiando un modelo que perdura hasta nuestros días. Según el investigador Enrique González Manet, "América Latina es la única región del mundo subdesarrollado donde los medios de difusión son mayoritariamente privados, donde los estados tienen menos peso en la comunicación, y donde los anunciantes y agencias informativas y de publicidad controlan casi totalmente el mercado. En esta estructura comercial, cuyos resultados son contrarios al interés público, EE.UU. constituye el centro productor del sistema y el máximo suministrador de noticias y programas"⁵.

El 27 de agosto de 1920, la autodenominada *Sociedad Radio Argentina* -compuesta por un grupo de jóvenes adinerados, cultos, talentosos e inquietos- concreta la que podemos calificar como primera experiencia radial al sur del río Bravo. La transmisión de la ópera *Parsifal* de Ricardo Wagner, desde el teatro coliseo de Buenos Aires, constituyó un hito importante, pero a la vez demostró -desde el poder- la improvisación y falta de conocimiento en torno al nuevo fenómeno de difusión. La radio aparece como un apéndice del espectáculo, como un entretenimiento para cubrir el ocio de las clases dominantes, para difundir "cultura". Esa circunstancia debe ser tenida en cuenta para analizar las contradicciones en su definición y la carencia de una legislación apropiada en la materia. Ello repercutiría en el futuro.

Para los grupos empresariales, la radio era un mero negocio y por eso logra imponer algunas medidas, como que el Concejo Deliberante de Buenos Aires, en 1922, permitiera el financiamiento de *LOX Radio Cultura* mediante "avisos de propaganda comercial". Imitando al modelo norteamericano, la radio no es considerada como un servicio público. En Estados Unidos, David Sarnoff impone la idea de que se trata de una industria y

como tal comienza a desarrollarse en la Argentina, primero con la importación de receptores y, posteriormente, con el armado de los mismos en el país como consecuencia de los primeros intentos de industrialización.

En 1924 -siguiendo las decisiones legislativas de Inglaterra y Estados Unidos- se procura "regularizar el funcionamiento del *broadcasting* con la finalidad de difundir noticias de interés general, conferencias, conciertos vocales e instrumentales, audiciones teatrales u otras manifestaciones culturales". Así se expresa en un decreto de 1924 que modifica el reglamento existente desde 1917 sobre "comunicaciones sin hilos", que situaba al servicio radiotelegráfico en la órbita del Ministerio de Marina (para la zona marítima) y del Ministerio del Interior (para la zona terrestre). La radio descendía en línea directa del telégrafo y ese carácter confundía su identidad de medio masivo. Aunque en 1923, el legislador Rodolfo Moreno ya habla de *broadcasting* en uno de los proyectos olvidados, seguía sin comprenderse totalmente la diferencia.

En 1928, otro decreto coloca a la radio a la jurisdicción y fiscalización del Ministerio del Interior, a través de Correos y Telégrafos. Este decreto se reglamenta en 1929 y determina la caducidad de

todas las licencias existentes. Son las primeras tentativas para el control del medio: las emisoras debían enviar a Correos y Telégrafos los programas con ocho días de anticipación.

El militarismo se impone

En 1930 se abre en la Argentina el ciclo de golpes y contragolpes de Estado. Un reglamento de radiocomunicaciones de 1933 aumenta la censura, permite las cadenas, los licenciarios deben tener "solventía económica" y antecedentes "satisfactorios". En 1934 se edita un *Folleto de Instrucciones*. "Este folleto ha sido, durante años, el *vademécum* de la radio comercial, y -como es lógico- comienza hablando de publicidad (...) También el folleto busca restringir el espacio informativo (...) En lo tocante a lo permitido y lo prohibido, el folleto era un alarde de censura explícita (...) El titular de la licencia debía responder por todo lo irradiado. Pero los titulares de las licencias no se conmovían por la censura, antes bien, la pedían, la exigían, dando seguridades al gobierno de que la radio comercial no reivindicaba la libertad de prensa"⁶.

En 1938, por decreto, se establece una comisión que debe estudiar un plan radiofónico, pero ninguna ley de radio surge de ella. Así se completa el círculo



que permite seguir los lineamientos radiofónicos norteamericanos: nacen tres cadenas nacionales.

Con el golpe de Estado de 1943 aparecen nuevos controles y en 1946 se pone en vigencia otro *Manual de instrucciones para las estaciones de radiodifusión*. Junto a medidas de carácter nacionalista, en cuanto a la difusión musical y la fiscalización de los noticieros, el militarismo queda en evidencia mediante la imposición de iniciar y terminar las emisiones con marchas militares. El nuevo gobierno de Perón se dedica a comprar las emisoras o se asocia con sus propietarios a través de testaferros. Las radios se transforman en voceros del gobierno, prosiguen siendo comerciales y su sistema es totalmente *sui generis*. En 1953, el Parlamento aprueba la primera Ley de Radiodifusión, lleva el número 14.241 y decide la privatización de las tres cadenas principales; crea el Servicio Oficial de Radiodifusión y ratifica normas de censura. La radiodifusión entra en el ámbito del Ministerio de Comunicaciones. Una vez más, según el modelo estadounidense, se la define como "servicio de interés público" frente al modelo europeo de "servicio público".

El nuevo golpe militar de 1955 liquida las cadenas radiales, restituye a manos del gobierno las emisoras privatizadas y anula las licitaciones por considerar que las mismas habían sido amañadas a favor de los amigos de Perón. Una tradición se mantendría -como el control y reglamentarismo- con el Decreto-Ley 15.460/57 que favoreció a los sectores liberales vinculados al golpe militar en la concesión de ondas, como acontecería luego con otras licitaciones, con otros amigos del gobierno de turno.

En 1965, el gobierno civil del doctor Arturo U. Illia reglamenta el Decreto-Ley de 1957. Sus disposiciones pasaron rápidamente al olvido. En 1967, meses después de un golpe de Estado, el nuevo mandatario militar, Juan Carlos Onganía, "promulgó el Decreto 3.737 que fijó la política a seguir en materia de radiodifusión (...) Ese decreto, como muchas leyes y disposiciones relativas a nuestra radiodifusión, nunca fue cumplido. Otro tanto ocurrió con el Decreto número 46 de 1970, dado por la Junta de Comandantes de las Fuerzas Armadas, donde se fijaban las políticas nacionales que reafirmaban los mismos criterios".



El concurso para la licitación de emisoras de 1968 derivó en otro escándalo: todos los grupos proponentes tenían en su directorio a un militar en actividad y ocupando cargos de gobierno. En 1972 se llama a licitación para la instalación de emisoras de baja potencia en el interior del país, que resulta un fracaso por la falta de oferentes. El radiodifusor privado argentino se mantuvo al margen: ciudades y pueblos pequeños no constituyen un buen negocio para la radio. Al Estado tampoco le interesó. En años posteriores, cuando aparecieron los radiodifusores libres, comunitarios, tanto desde el Estado, como de las organizaciones empresariales, se buscaría silenciarlos.

Otro general, Agustín Lanusse, promulga una primera Ley de Telecomunicaciones, la 19.728/72 cuyo título V comprendía las normas sobre la radiodifusión. En 1973, ante la proximidad de un gobierno legal, se intentó otra privatización por la Ley 20.180. Los turbulentos gobiernos de Héctor J. Cámpora, Juan Domingo Perón y María Estela Martínez de Perón, empujaron a un nuevo control de la radiodifusión por parte del gobierno, con el justificativo de una estatización natural por el vencimiento de licencias. Otro golpe militar, esta vez a cargo de Jorge Rafael Videla, nos con-

“El diseño de cualquier política nacional debe comenzar por preguntarse: ¿Qué clase de sociedad queremos y cómo vamos a lograrla? La respuesta será decisiva para definir el aporte que se espere de los procesos comunicacionales”
Cees Hamelink

duce a la Ley 22.285/80, vigente a la fecha con algunas modificaciones, producto de la denominada Ley Dromi de Reforma del Estado de 1989, bajo otro gobierno civil de tinte peronista pero de accionar neoliberal.

Radios "ilegales"

La Ley 23.696/89 injerta un artículo vinculado a la radiodifusión en sintonía con la línea caótica seguida por los distintos gobiernos: por un lado, facilita la creación de multimedios concentrados que estaban específicamente prohibidos en la 22.285, y por el otro, da cierto status momentáneo de legalidad a la pequeña radio comunitaria, alternativa, hasta entonces considerada "clandestina". El artículo 65 de la Ley Dromi señala: "Facúltase al Poder Ejecutivo Nacional a adoptar las medidas necesarias, hasta el dictado de una nueva Ley de Radiodifusión, para regular el funcionamiento de aquellos medios que no se encuentren encuadrados en las disposiciones vigentes hasta el momento de la sanción de esta ley de emergencia". En lenguaje común significó la creación de un registro de radios "ilegales" en el ámbito del, para nada, amistoso Comité Federal de Radiodifusión, organismo represor creado por la dictadura militar en el marco de la Ley 22.285. Un registro con fecha límite que, frente a la no sanción de una Ley de Radiodifusión, impide la incorporación de nuevas emisoras y expone a las que fueron aceptadas en ese momento. Así, nuevamente un gobierno constitucional se coloca en deuda con la sociedad argentina y continúa con una política que termina

favoreciendo, como siempre, a los poderosos.

Sin embargo crece, cada vez más, la conciencia sobre el derecho a comunicar como un derecho humano, y por ende el reclamo por el acceso y participación a toda actividad de radiodifusión. Algunos autores⁸ plantean la necesidad de superar la dicotomía tradicional del Estado versus empresas privadas creando lo que denominan "tercera zona social participada". Va de suyo que para ello -dicen- es indispensable establecer políticas nacionales de comunicación y cultura. Un verdadero desafío en tanto y en cuanto -según nuestro concepto- las burguesías nacionales en la Argentina y el continente, han fracasado ostensiblemente en el manejo del Estado. En ese sentido coincidimos con Cees Hamelink cuando puntualiza que "el diseño de cualquier política nacional debe comenzar por preguntarse: ¿Qué clase de sociedad queremos y cómo vamos a lograrla? La respuesta será decisiva para definir el aporte que se espere de los procesos comunicacionales"⁹.

Hoy por hoy, en la Argentina, el mundo empresarial monopólico de la comunicación y la información no soporta la definición amplia y pluralista que hemos propuesto: "Los servicios de radiodifusión constituyen una industria cultural que brinda un servicio público a través del Estado Nacional, los estados provinciales, los municipios, las universidades, entidades de bien público, organizaciones no gubernamentales y personas físicas o jurídicas no estatales ya fueran empresariales, de formas cooperativas o comunitarias". En la Argentina, los due-

ños del poder no debaten, actúan. Y si es necesario, con la fuerza de las armas. Está la historia para confirmarlo. ●

REFERENCIAS

1. Editado en 1995 por Paidós, Estudios de Comunicación.
2. Periodista, escritor, poeta, autor de tangos como *Sur*, *Malena*, *Barrio de Tango* y *Che Bandoneón*. Junto a Raúl Scalabrini Ortiz y Arturo Jauretche, formó parte del grupo Forja, un intento de recuperación del sentir nacional durante la denominada "década infame" de los años 30.
3. Periodista y escritor. Se especializó en la investigación de la dependencia económica de la Argentina con respecto al imperio británico, escribiendo libros irrefutables. Desde el estudio sociológico escribió *El hombre que está solo y espera*, una visión del porteño prototípico.
4. Ediciones Unidad, Buenos Aires, 1986. Libro sobre las privatizaciones radiales en la Argentina.
5. *La guerra oculta de la información*, Editorial de Ciencias Sociales, La Habana, 1987.
6. Brenca de Russovich, Rosa María; Lacroix, María Luisa, *Radio y poder en la Argentina 1920-1953*, Universidad Nacional de Lomas de Zamora, Argentina, mimeo, sin fecha de edición.
7. Noguera, Jorge, *Radiodifusión en la Argentina*, Editorial Bien Común, Buenos Aires, 1985.
8. Uranga, Washington; Pasquini Durán, José María, *Precisiones sobre la radio*, Ediciones Paulinas, Buenos Aires, 1988.
9. *Hacia una autonomía cultural en las comunicaciones mundiales*, Ediciones Paulinas, Buenos Aires, 1985.

CANDELA

Revista Iberoamericana de la Comunicación. Director fundador: Prof. José Luis Vera.

Auspiciada por la Asociación Uruguaya de Investigadores de la Comunicación (AUIC).

Periodismo Científico - Investigación - Ecología - Integración - Ética - Verdad - Cultura

Calle Santiago de Chile 1180 Esc. 301, C.P. 11.200, Montevideo, Uruguay. Tel.: 91 14 06 - Fax (0598-2) 96 22 19