

# 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

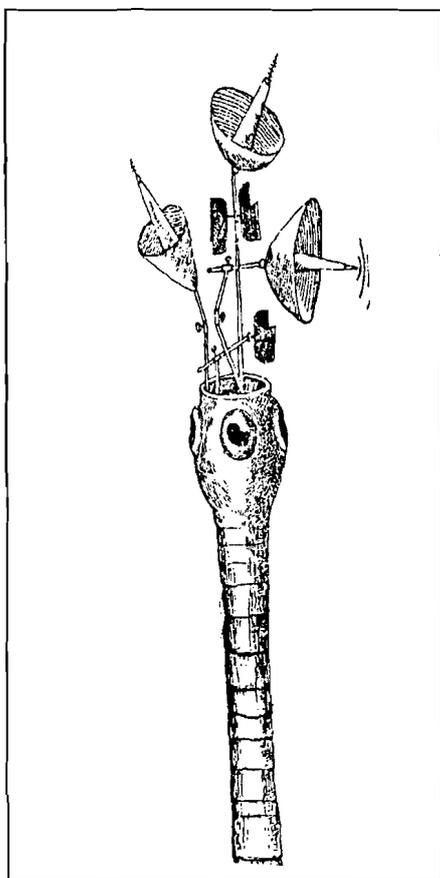
Complejo, polémico e insondable, **El laberinto de la ciberred** provoca adhesiones eufóricamente optimistas, sabotajes creativamente iconoclastas, expectativas anhelantes de democracia. Según Bill Gates, "los beneficios y problemas que surgirán serán mucho mayores que los que produjo la revolución de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

**S**olo 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

**P**ara 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

**L**a 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.



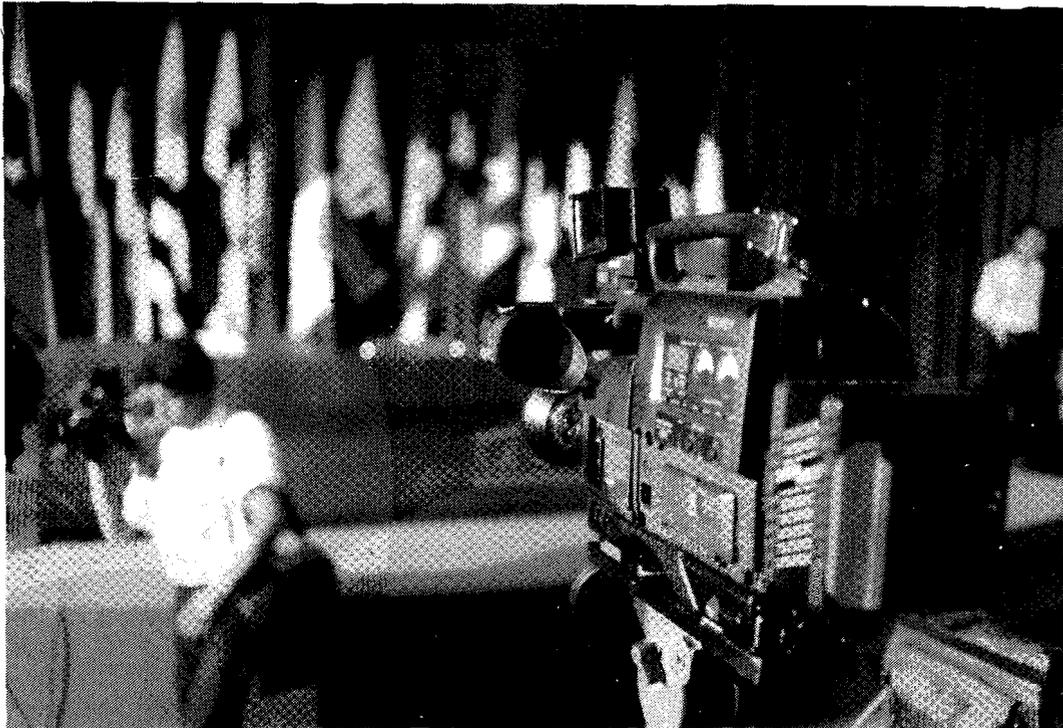
- 75** Un faro para la prensa  
*Marcia Gurgel*
- 77** Canadá: control de la violencia en la TV.  
*Andrea Martínez*
- 81** Los ombudsmen: un balance

## 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

## *Mucho gusto Argentina, encantado Brasil*



Edgar Naranjo, Ecuador

*La discusión sobre la legislación de medios en América Latina, nos plantea la autora, debe ser compartida con los otros países de la región, pues existen inquietudes y propuestas más o menos similares entre aquellos que buscan la democratización de la comunicación.*

*En este sentido, y en el marco del seminario internacional "Espacio audiovisual: democracia y cultura" realizado a comienzos de año en Buenos Aires, la autora reseña lo más importante de los dos proyectos de ley sobre lo audiovisual que actualmente se discuten en Argentina, y los compara con la legislación brasileña.*

**E**l seminario fue organizado por Fernando Solanas, cineasta y diputado, y Ernesto Sábato. Tal evento tuvo el mérito de evidenciar, por primera vez, que en un proceso marcado por la globalización, la discusión de una legislación sobre el audiovisual no puede quedarse restricta

ANITA SIMIS, brasileña. Doctora en Ciencia Política, Universidad de Sao Paulo.

únicamente a los ciudadanos de sus países. Cuando se discute sobre la democratización de los medios audiovisuales es bueno recordar que nuestras inquietudes y preguntas son semejantes a las de otros países. Cada vez más, la legislación necesita ser compartida por todos aquellos que buscan garantizar la pluralidad de los productos culturales vehiculados, o por todos aquellos que saben, como finalizó Solanas, que el futuro de

las democracias y de las identidades culturales depende de la defensa del "derecho de relacionarse con todas las culturas y gozar de una comunicación que avance hacia un orden democrático universal, que promueva la interacción permanente entre las culturas, no solo de Norte a Sur, sino de Sur a Norte y de Sur a Sur".

En tal sentido, participantes de diversos países fueron testigos, con peque-

ños matices, de cómo nuestras dudas acerca del tema son semejantes y significativamente atraviesan una misma fase de reglamentación.

**Los medios ya no son medios, son fines**

De hecho, cuántas veces nos preguntamos ¿cómo garantizar una comunicación que exprese múltiples voces y miradas, que preserve las identidades étnicas y culturales, la memoria y la diversidad gestual y lingüística? o ¿cómo efectivizar una libertad de expresión que no quede reducida a la libertad de libre comercio, a la dependencia de *ratings* o de los ingresos de público?, ¿cuál es la mejor forma de fortalecer los medios de comunicación de nuestros países y la industria audiovisual frente al avance de los grupos extranjeros, sin anular la diversidad informativa y cultural de nuestras emisoras?, ¿cuáles serían las instituciones capaces de fiscalizar y reglamentar los espacios para que entidades autónomas y plurales representen la diversidad de sectores sociales, políticos y culturales de nuestras sociedades?, ¿sería la cuota de pantalla la forma más eficaz de garantizar la producción nacional y complementarla con la latinoamericana en un espacio amenazado por la aculturación impuesta por el predominio excluyente de los oligopolios internacionales?

En el encuentro, algunos expertos enfatizaron la manipulación de los medios de comunicación. Eduardo Galeano, por ejemplo, denunció cómo los medios no son más medios, son fines, pues la TV nos ve, el supermercado nos compra, en fin, son en verdad medios de **incomunicación**. Si bien no hubo una crítica a la utopía de la aldea global, definida como síntesis de la diversidad cultural, tal vez el gran temor sea el que presenciemos la creación de una so-

ciudad a la imagen de 1984 de George Orwell. Valiéndonos de las palabras de Solanas, ¿cómo evitar que "las megafusiones internacionales transformen aquella utopía en una nueva metrópoli con innumerables aldeas coloniales en proceso de aculturación"? Si tal afirmación nos hace recordar antiguas ideas propagandeadas a fines de los años 50, no se está clamando por un nacionalismo exacerbado que, en el terreno de la cultura, consiste en buscar lo "auténticamente nuestro", rechazando "patrióticamente" todo lo que venga de afuera. Lo que preocupa es el hecho de que en un futuro muy cercano las naciones, al no difundir e interpretar sus propias imágenes e informaciones, sean condenadas a sufrir "mutaciones culturales", conforme a la expresión de Solanas.

Las preocupaciones de Costa Gravas y de Régis Debray, uno de los más ardientes defensores de esta forma de nacionalismo de la producción cultural que busca contraponerse a la omnipresencia de Hollywood, demuestran todavía más que el consenso en la necesidad de proteger el espacio audiovisual de cada nación no es exclusivo de los países del hemisferio sur. Debray afirmó en una carta leída en el encuen-

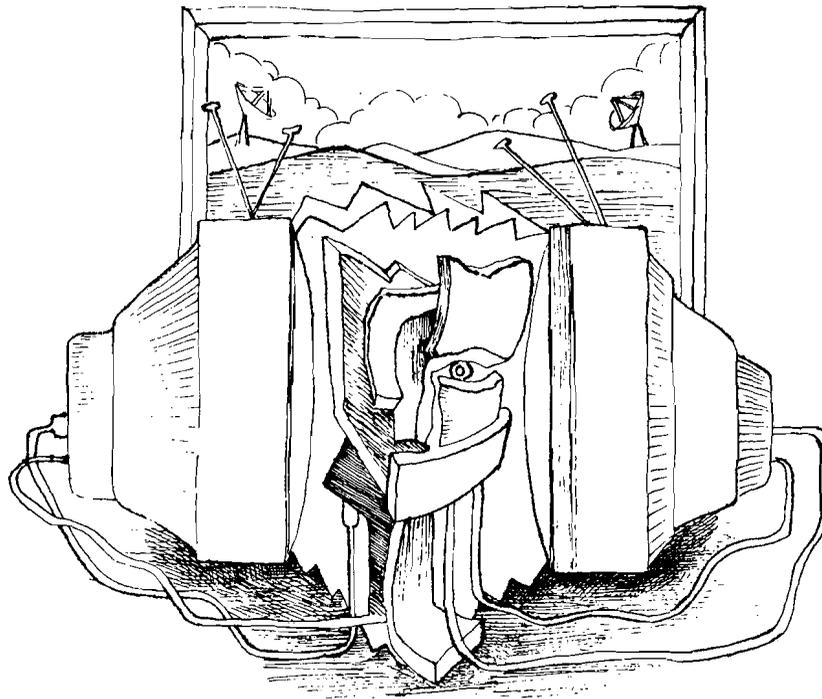
tro: "Hoy, las lógicas de la dominación mundial pasan por el dominio de las imágenes del mundo. Preservar un espacio imaginario propio, en la pequeña y gran pantalla, equivale a preservar su capacidad de acción y un margen de iniciativa histórica. Estamos todos embarcados en el mismo barco. Todas las 'periferias' deben ayudarse recíprocamente."

De hecho, este "barco" refiérese a un mundo en el cual, desde el final de los años 70, y hoy en pleno furor, se multiplican las fusiones de empresas: empresas rivales se aproximan, o una compra a la otra, o se asocian. Basta leer los artículos publicados en 1995 y 1996 sobre el asunto para verificar este fenómeno.

El encuentro también tuvo como objetivo impulsar la discusión sobre dos proyectos de ley: el del "justicialismo" del gobierno de Menem y el de la oposición, redactado por Solanas y con pocas esperanzas de ser aprobado.

**El proyecto de la oposición argentina**

Luego de 13 años del regreso de Argentina a la democracia, se multiplicaron las FM comunitarias y las señales de TV por cable (la tercera en número de abonados del mundo) y se privatizaron los canales de TV y radios, manteniéndose bajo la órbita estatal solamente las emisoras dependientes del Servicio Oficial de Radiodifusión<sup>1</sup>. Además, desde la década de los 80 se asiste al proceso de consolidación legal de conglomerados multimedia de capitales argentinos, caso del Grupo Clarín, y desde fines de 1994 fue permitido que las inversiones extranjeras entren en el campo de las comunicaciones. Los defensores del proyecto de oposición no desconocen que este proceso se inserta en una revolución científico-técnica que produce transformacio-



Palitica Pérez/Nueva Sociedad

## ALGUNAS COMPARACIONES ENTRE LOS DOS PROYECTOS:

### PROYECTO DE LEY DEL JUSTICIALISMO

### PROYECTO DE LEY DE LA OPOSICION

#### Licencias

Los servicios contemplados en la ley pueden ser prestados por:

- a. Estado nacional, estados provinciales y los municipios;
- b. Iglesia Católica Apostólica Romana;
- c. Personas físicas;
- d. Personas jurídicas, legalmente constituidas en Argentina, que no cuenten con participación o asignación estatal y que tengan por finalidad cubrir déficit operativos o de explotación;
- e. Partidos políticos con representación parlamentaria nacional o provincial en sus respectivas jurisdicciones<sup>2</sup>;

- a. Estado nacional, estados provinciales y los municipios;
- b. Iglesias de cultos reconocidos en el país;
- c. Personas físicas;
- d. Personas jurídicas constituidas en el país y que no sean controladas por empresas constituidas en el extranjero o por personas domiciliadas en el extranjero;
- e. Universidades estatales.

#### Tiempo de vigencia de las licencias

15 años. Vencido el plazo, el titular de las licencias tendrá sucesivas prórrogas por periodos iguales.

7 años para las radios y 10 para los canales abiertos de TV. Un año antes de vencer el plazo se hará un nuevo concurso o licitación para la adjudicación de la misma. En igualdad de condiciones tendrá preferencia el titular anterior.

#### Publicidad

Los avisos publicitarios deben ser emitidos con el mismo volumen de audio que el del resto de la programación y queda prohibida la publicidad subliminal.

Los avisos publicitarios y sus músicas deben ser emitidos con el mismo volumen de audio que el del resto de la programación y queda prohibida la publicidad subliminal.

Cada tanda publicitaria en la TV deberá iniciar y finalizar con el signo identificador del canal, con la finalidad de distinguirlo del resto de la programación, y desde su inicio deberán estar indicados en la pantalla los minutos y segundos que quedan restantes hasta el reinicio de la programación. La publicidad en la TV no podrá exceder de 10 minutos por hora de programación y las películas u otras obras filmicas audiovisuales, con unidad y contenido artístico, no podrán ser interrumpidas por publicidad más de una vez por hora de emisión.

#### Obligaciones de los licenciatarios

Entre otras, los titulares de los servicios de TV abierta o por cable son obligados a mantener un mínimo de producción propia. Por ejemplo, una emisora de TV en Buenos Aires debe producir directamente, o financiar en su totalidad un programa producido por terceros, con un mínimo de 18% de las 8 horas de emisión diaria. Está previsto también que un porcentaje mínimo de 40% sobre la programación sea de producción nacional<sup>3</sup>.

Entre otras, los titulares de los servicios de TV abierta o por cable son obligados a mantener un mínimo de producción propia del 20%, debiendo llegar al 30% pasados dos años de la reglamentación de esta ley. Queda establecida, también, una cuota de 50% de emisiones de producción nacional<sup>4</sup> que deberá llegar al 60% después de dos años de reglamentación de esta ley. Además, los titulares son obligados a exhibir anualmente una cantidad determinada de largometrajes, videos y cortometrajes inéditos, producidos en Argentina.

nes con una magnitud que implica un corte en la historia; es decir, en el ámbito global la información y el conocimiento se transformarán en recursos estratégicos para el ingreso de las diversas sociedades en el siglo XXI. En este contexto, y frente a los nuevos oligopolios de la comunicación que se expanden internacionalmente y controlan cada vez más los espacios audiovisuales, especialmente de América Latina, conforme el análisis que precede al texto del proyecto, Argentina es señalada como un país en condiciones altamente desfavorables para enfrentar los nuevos desafíos de las comunicaciones y de la información. El proceso de privatización de la infraestructura telefónica, de los medios televisivos y de las frecuencias de radio, por no haber sido aplicado como resultado de debates en profundidad y sin que una ley general del sistema global de comunicación e información hubiera sido elaborada, colocarán al país en una grave situación. Y aunque la propia oposición no tenga elaborado, como era su objetivo, un proyecto ideal, ni la síntesis de una discusión que abarcará propuestas de toda la sociedad, el proyecto establece las grandes líneas del problema en toda su complejidad y busca garantizar la defensa de los valores democráticos y de los derechos sociales, así como formas de reglamentación y control público y social, que no están incorporados en el proyecto presentado por el justicialismo.

### ***E Brasil, tudo bem?***

En comparación con Brasil, los titulares brasileños no son obligados a exhibir anualmente una cantidad determinada de largometrajes, videos o cortometrajes inéditos, producidos en el país. Los propios cineastas brasileños, contrarios a la introducción de la cuota de pantalla para el cine nacional, defienden un canal de TV por empresa de cable para la exhibición exclusiva de filmes brasileños.

Sobre la tributación, los dos proyectos argentinos no se olvidan de incluir un total de 25% sobre diversos ingresos de las emisoras de radiodifusión y de TV, destinados al fomento de la actividad cinematográfica, punto que los cineastas brasileños ni siquiera sueñan.

Podríamos, si el espacio lo permitiera, comparar muchos otros aspectos; por ejemplo, el hecho de que al contrario

## **La necesidad de una nueva ley**

Desde el retorno de la democracia en Argentina, la necesidad de tener una nueva ley de radiodifusión fue debatida varias veces en el Congreso Nacional. Asimismo, este fue un tema prioritario para distintas asociaciones de la radio y la TV teniendo en cuenta que la ley vigente, la 22.285 de 1980, por su carácter autoritario, no contemplaba la posibilidad de existencia de medios comunitarios ni el llamado a concurso para otorgar nuevas licencias.

Con la reelección de Carlos Menem, esta necesidad viene cobrando mayor importancia. Sin embargo, la demora en el tratamiento de una nueva ley se debe, entre otras cosas, a las presiones, relaciones oscuras y alianzas nunca explicitadas entre muchos legisladores, las empresas privadas de teléfonos y los grandes multimédios comunicacionales enfrentados por los posibles alcances de la TV por cable y la posibilidad de servicios complementarios: telefonía, compra directa, transmisión de datos, conexiones con Internet, etc.

En la última semana de junio de 1996, todos los partidos políticos con representación parlamentaria acordaron tratar un proyecto de ley de radiodifusión en las dos cámaras del Poder Legislativo argentino, durante el próximo agosto. Para cumplir con esto, la Comisión de Comunicaciones de la Cámara de Diputados (cuerpo donde se iniciará el debate), deberá tener lista su propuesta a mediados de julio.

Por su parte, las radios comunitarias, surgidas durante la última década, vienen pugnando por una nueva ley que dé cuenta de la legitimidad que estas emisoras ya han logrado entre sus oyentes. Fruto de esta presión, respaldada por algunos legisladores de izquierda y centroizquierda, el proyecto que estaría a punto de tratarse en la Comisión reconoce la necesidad de la existencia de emisoras de baja y mediana potencia y, en una última versión, incluye la posibilidad de que las mismas cuenten con respaldo económico privado. (Marcos Salgado, periodista de *FM La Tribu*).

de la legislación brasileña, que en 1995 definió la ley y la reglamentación de la TV por cable, los dos proyectos de ley argentinos tratan al servicio de radiodifusión de forma más amplia.

Finalmente, es curioso notar que si en Argentina, los dos proyectos buscan normar ciertos procedimientos en cuanto a la radiodifusión, en Brasil la legislación vigente reglamenta solamente la propiedad de estos medios; la gran polémica entre los expertos brasileños es sobre la reciente quiebra del monopolio estatal de las telecomunicaciones y si es posible que haya competencia y diversidad de contenido cuando se opta por el modelo de oligopolios.

### **REFERENCIAS**

1. La *Argentina Televisora Color Sociedad (ATC)* es la única emisora de TV oficial de alcance nacional, mientras que en algunas localidades la señal solo es recibida vía cable privado. Sin embargo, la *ATC* fue convertida en Sociedad Anóni-

ma, adoptando un modelo de organización interna privada que también abre las puertas a una privatización varias veces anunciada.

2. Con excepción de las personas físicas y jurídicas, el proyecto no define los requisitos necesarios para la licencia y no se sabe cuál es el destino de un canal en el caso de que un partido político tenga perdida la representación parlamentaria.

3. Producción nacional son aquellos programas producidos íntegramente dentro del territorio nacional, o de producción financiada bajo la forma de coproducción con capital extranjero, o aquellos producidos fuera del territorio nacional, por capital argentino o extranjero, con temáticas propias argentinas y con participación de autores o artistas argentinos en un porcentaje no inferior al 50%.

4. Producción nacional es la producción de programas o emisiones en las cuales por lo menos el 60% de los insumos utilizados en ella, calculado independientemente sobre los costos técnicos y artísticos, son de origen nacional y adquiridos en el país. Las obras o prestaciones de personas extranjeras radicadas en el país se consideran equivalentes a las de los argentinos. ●