

Director
Fernando Checa Montúfar, PhD (c)

Dirección Técnica
César Herrera

Publicaciones
Raúl Salvador R.

Editor
Pablo Escandón M.
pescandon@ciespal.net

Diseño y diagramación
Diego S. Acevedo A.

Suscripciones
Isaias Sánchez
isanchez@ciespal.net

CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

Presidente
Édgar Samaniego
Universidad Central del Ecuador

Embajador Alejandro Suárez
Delegado del Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio
e Integración

Dolores Santistevan de Baca
Delegada del Ministerio de Educación

Héctor Chávez V.
Delegado de la Universidad Estatal de Guayaquil

Antonio Aranibar
Representante de la Organización de Estados Americanos

Patricia Ashton D.
Representante de la Comisión Nacional de UNESCO para los
países andinos

Vicente Ordóñez
Presidente de la Unión Nacional de Periodistas

Freddy Moreno M.
Representante de la Asociación Ecuatoriana de Radiodifusión

Wilfrido García
Representante de la Federación Nacional de Periodistas

Fernando Checa Montúfar
Director general del CIESPAL

Chasqui es una publicación del CIESPAL

Miembro de la Red Iberoamericana
de Revistas de Comunicación y Cultura
<http://www.felafacs.org/rederevistas>

Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe en
Ciencias Sociales y Humanidades
<http://redalyc.uaemex.mx>

Impresión
Editorial QUIPUS - CIESPAL

Todos los derechos reservados.
Prohibida la reproducción total o parcial del contenido,
sin autorización previa. Las colaboraciones y artículos
firmados son responsabilidad exclusiva de sus autores
y no expresan la opinión del CIESPAL.

Teléfonos: (593-2) 250-6148 252-4177
Fax (593-2) 250-2487
web: <http://www.ciespal.net>
weblog: <http://chasquirevista.wordpress.com/>
Apartado Postal 17-01-584
Quito - Ecuador
Registro M.I.T., S.PI.027
ISSN 13901079



Modelos
de televisión
pública europea y
latinoamericana
Francisco
Campos-Freire

Pág. 4



Argentina:
Participación
popular
para cambiar
los medios
públicos
Néstor Piccone

Pág. 12



Periodismo:
la polémica
especificidad
latinoamericana
Alejandro
Querejeta Barceló

Pág. 34



La rendición de
cuentas
de los medios
de comunicación
Romel Jurado
Vargas

Pág. 38



Desarrollo de la
Comunicación
Institucional en el
Tercer Sector
Erika Judith
Barzola

Pág. 53



Cinéma
Numérique
Ambulant:
Experiencia que
reivindica la magia
de la pantalla
gigante
Marcos Velásquez

Pág. 56



TIC TAG TIC TAC:
Estratégias de
mobilização social
na internet
Patrícia M. Pérsigo

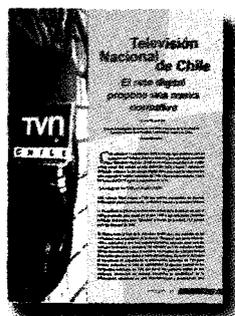
Pág. 74



Entrevista a
Pascual Serrano
José Villamarín
Carrascal

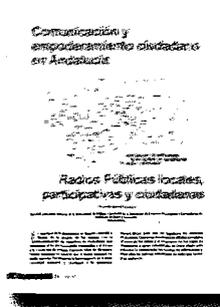
Pág. 79

Tabla de contenidos



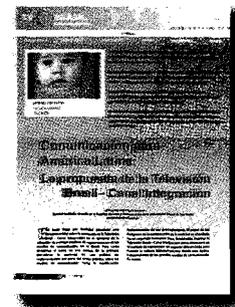
Televisión Nacional de Chile.
El reto digital propone una nueva normativa
Valerio Fuenzalida

Pág. 17



Comunicación y empoderamiento ciudadano en Andalucía. Radios Públicas locales, participativas y ciudadanas
Manuel Chaparro Escudero

Pág. 24



Comunicación para América Latina: La propuesta de la Televisión Brasil Canal Integración
Maximiliano Martín Vicente

Pág. 28



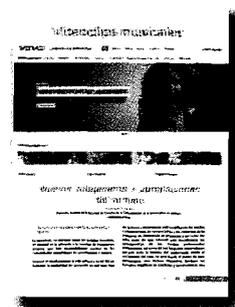
Desarrollo de contenidos para dispositivos móviles
Guillermo Verbakel Claudio Pérez

Pág. 41



Imagen y elementos no verbales en informaciones políticas televisivas
M. Reyes Domínguez Lázaro

Pág. 45



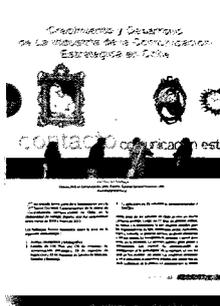
Videoclips musicales. Nuevos subgéneros y apropiaciones del formato
Ana Seseño Valdellós

Pág. 49



A construção da notícia no rádio contemporâneo: O papel do gatekeeper no jornalismo radiofônico em ambiente de convergência
Debora Cristina Lopez

Pág. 59



Crecimiento y desarrollo de la industria de la comunicación estratégica en Chile
Raúl Herrera Echenique

Pág. 63



Lo testimonial en la construcción de lo verosímil en la telenovela Montecristo. Un amor, una venganza
María Clara Musante

Pág. 69

Actividades del CIESPAL.....	83
Bibliografía.....	86
Normas de publicación.....	90

Argentina:



Participación popular para cambiar los medios públicos

Néstor Piccone

Argentino, integrante de la Secretaría de Medios de la Nación y militante de la Coalición por una Radiodifusión Democrática.
nestorpiccone@yahoo.com.ar

La Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, aprobada en octubre de 2009 en Argentina, es una herramienta de participación popular.

La Ley incorpora a sectores de la sociedad civil: grandes y pequeños empresarios, medios comunitarios, cooperativos, de los pueblos originarios, periodistas con perspectiva de género, trabajadores de la comunicación de las dos centrales de trabajadores: la Central de los Trabajadores Argentinos (CTA) y la Confederación General del Trabajo (CGT), organizaciones de derechos humanos sociales y religiosas.

Sin mediación político-partidaria, la Ley promueve en forma directa a representantes de organizaciones de la sociedad civil para que se integren a tareas de gestión estatal. Este es un hecho que revoluciona las formas de participación popular en un espacio tan sensible como son los medios de gestión estatal, privada y de organizaciones sin fines de lucro.

La Ley 26.522 establece una nueva autoridad de aplicación para la radiodifusión y ordena nuevas formas de dirección para los Medios de Gestión Estatal.

Primeros pasos

A poco de promulgada la Ley, la primera institución que se formó fue el Consejo Federal de Comunicación Audiovisual, ámbito de mayor participación social. En pocos días, más de 500 organizaciones se pusieron de acuerdo en nominar a sus representantes.

Sin mayores conflictos, los representantes de las empresas oligopólicas de radio y televisión compartieron seis lugares (sumados titulares y suplentes) junto a las radios pymes y canales de TV, que hasta ese momento eran considerados ilegales. Los cooperados, los comunitarios de distinto origen y pensamiento acordaron otros seis lugares. Los pueblos originarios sintetizaron en un joven mapuche de 28 años más de 500 años de lucha por el derecho a la palabra. Las universidades, los trabajadores de la comunicación también se pusieron de acuerdo: cuatro son de la CGT y dos de la CTA.

Federalismo en serio

Ellos trabajan juntos con Secretarios de Medios de las 24 provincias argentinas, que se integraron a pesar de los distintos encuadramientos político-partidarios. Y un resultado sobresale por su simbolismo: todos acordaron ser presididos por un representante de las radios comunitarias: Néstor Busso de Farco, la red Aler y de FM Encuentro, de Viedma.

En el Consejo Federal del audiovisual se discute, se acuerda, se vota. Las políticas diseñadas influirán en la autoridad de aplicación de la Ley y en la dirección de los Medios Públicos.

Mientras tanto, la Coalición por una Radiodifusión Democrática, que escribió los 21 puntos que se convirtieron en la columna vertebral de la Ley, luego de festejar su promulgación, decidió darse continuidad y discutir una nueva forma organizativa.

La Coalición está integrada por 300 organizaciones de las que forman parte movimientos sociales, organismos de derechos humanos, pueblos originarios, universidades, la Conferencia Episcopal, radiodifusores comunitarios, pymes, y cooperativos, periodistas que defienden la perspectiva de género, instituciones que reivindican los derechos comunicacionales de las distintas formas de discapacidad y los trabajadores de la comunicación enrolados en las dos centrales reconocidas: CGT y CTA.

Para ellos, la Ley nunca fue solo la pelea contra los oligopolios multimediáticos. Fue y es la posibilidad de lograr que la gente no quede atrapada en la realidad

virtual, que con pretensión de verdad imponen a la sociedad los grupos oligopólicos. Fue y es la posibilidad de hacer oír otras voces en la política y también en la economía, la cultura, el entretenimiento.

Es incluir el aquí y el ahora en un devenir donde el reconocimiento del pasado permita elaborar proyectos de futuro, con inclusión social, justicia y libertad.

En los medios audiovisuales oligopólicos de Argentina, las provincias y los países de Latinoamérica existen sólo para denunciar lo que llaman actos de populismo, tragedias, catástrofes o amplificar las restauraciones conservadoras de las políticas de mercado. Para ellos, la unidad latinoamericana es la que propone EE.UU., es el ALCA, o, más lejos en el tiempo, la Alianza para el Progreso o el Mercosur, pero pensado en clave mercantilista: regionalización al servicio del Imperio.

En el marco de la nueva autoridad de aplicación se crea el Consejo Asesor de la Comunicación Audiovisual y la Infancia, un organismo que, según reza la nueva Ley, deberá ser "multidisciplinario, pluralista y federal, integrado por personas y organizaciones sociales con reconocida trayectoria en el tema y por representantes de niños, niñas y adolescentes".

Este Consejo destaca entre sus objetivos "la elaboración de propuestas destinadas a incrementar la calidad de la programación dirigida a niñas, niños y adolescentes" y deberá contribuir a "la capacitación y actualización de los docentes para una apropiación crítica y creativa del audiovisual y las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones en su carácter de campos de conocimiento y lenguaje crecientemente articulados entre sí".

Una historia pivada

Los medios audiovisuales en Argentina tuvieron un origen comercial. La iniciativa privada motorizó la primera radio el 27 de agosto de 1920 y si bien fue el Estado peronista que en 1951 creó el primer canal de televisión estatal, unos años más tarde fue el avance de las redes privadas las que impusieron su impronta en el imaginario colectivo.

Desde 1920 en adelante, los argentinos debaten la sustentabilidad de los Medios. Esa batalla entre publicidad o apoyo económico estatal culmina en la actualidad con una crispada disputa por los más de cinco mil millones de pauta que produce el sector privado y los 400 que destina el Estado para publicitar sus actos.

Al son de las dictaduras y los breves interregnos democráticos el Estado tuvo, hacia los medios

audiovisuales, una política pendular que los consolidó como instrumento de las dictaduras a favor del imperialismo y el sector privado, superando en tiempo y poder los intentos democráticos que impulsaron medios públicos en manos del Estado al servicio del derecho a la información y la libertad de expresión.

De hecho, la democracia argentina solo pudo dictar normas a los Medios bajo el gobierno de Juan Domingo Perón en 1953 y la actual, promulgada el año pasado por Cristina Fernández. De todas maneras, su origen mercantilista modeló y modela aún los medios en manos del Estado. La lucha por el *rating* (medición de audiencias realizada por el sector privado) impone comercio por calidad.

Sustentabilidad de los medios, contenidos e introducción de nueva tecnología son el trípode en el que se desenvuelven las nuevas realidades que se abren con la aplicación de la Nueva Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, promulgada en Argentina, y la adopción de la norma ISDB-T (*Integrated Services Digital Broadcasting Terrestrial*) para el sistema de televisión digital terrestre (*SATVD-T*).

Los nuevos medios públicos

Los medios privados oligopólicos no solo forman sino que también organizan a la sociedad bajo las reglas que su modelo impone: privatización, individualismo, insolidaridad y competencia; cuando no segregación, discriminación y agresión a pueblos y gobernantes.

Impulsores de un eterno presente, con la negación de la historia, intentan ocultar las consecuencias que sus acciones económicas acarrearán a la cultura, a la sociedad en su conjunto y al medio ambiente.

Los medios privados oligopólicos niegan la difusión audiovisual de la gestión de los gobiernos que intentan salir del neoliberalismo: Bolivia, Paraguay, Argentina, Chile, Uruguay, Brasil, Venezuela y Ecuador tienen ejemplos diarios de cómo las políticas mediáticas invisibilizan e intentan impedir la construcción de los relatos populares.

Con la táctica de acusar de oficialista cualquier intento de contradecir su agenda temática diaria, pretenden tener medios adictos y medios públicos *neutralizados*. El desafío, entonces, es disputar sentido y agenda; defender valores e historias, reivindicar el relato popular y colectivo y, facilitar la construcción del proyecto nacional, popular y latinoamericanista, propuesta silenciada por los grandes medios.

Tampoco se trata de negar la existencia de los proyectos de derecha, ni el neoliberalismo; pero cada día se hace

más necesario que no sea el único pensamiento en las pantallas y las radios.

Dirección colectiva

Una de las formas que se encontró para salir de este aparente callejón sin salida fue proponer, mediante la nueva Ley, que los medios públicos tuvieran una dirección colectiva con representantes de los sindicatos, las universidades, sectores políticos de oposición. Este directorio será controlado por un Consejo Consultivo, integrado por instituciones que defienden derechos sociales y humanos y que promueven valores inclusivos y no discriminatorios.

Políticas públicas

Con una treintena de artículos, la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual define cuáles son los servicios de radiodifusión del Estado, sus contenidos, el control social y una dirección colegiada que incorpora a sectores universitarios, a los sindicatos y a la oposición política de primeras, segundas y terceras minorías.

Por el artículo 153 (la ley consta de 166) se faculta al Poder Ejecutivo Nacional a implementar políticas públicas estratégicas "para la promoción y defensa de la industria audiovisual nacional".

En ese sentido, el Estado nacional debe promover el diálogo entre el sector privado, las instituciones públicas, sociales y académicas para lograr que los contenidos que hoy no se ven en los medios lleguen a la pantalla, impulsados por la creatividad de sus propios protagonistas.

Radio y televisión argentinas

En el artículo 119 se establece que los medios públicos del Estado Nacional pertenecen a una nueva sociedad: Radio y Televisión Argentina (RTA S.E.).

Un dato característico que impuso la presidenta Cristina Fernández de Kirchner es que la Ley se redactara con notas de apoyo. En lo que hace a la conformación de RTA, las referencias dan cuenta que se tuvieron en cuenta los lineamientos de la estructura organizativa de Televisión Nacional de Chile, tomando como referencia también la *Australian Broadcasting Corporation* y RTV de España.

En el artículo 121, donde se fijan los objetivos, se establece que los medios públicos deben garantizar el derecho a la información de todos los habitantes de la Nación, contribuir con la educación formal e informal de la población, brindar espacios de la programación destinados al público infantil y a "sectores de la población no contemplados por el sector comercial." También se promueve la producción de contenidos y

difusión de la “producción audiovisual regional, nacional y latinoamericana.”

Se explicita que RTA debe difundir como mínimo: un 60% de producción propia y un 20% de producciones independientes.

La conducción del nuevo organismo queda en manos de siete directores. Este hecho importa un profundo cambio cultural. De esos siete miembros solo dos son nombrados por el Poder Ejecutivo Nacional.

El cambio cultural que importa a gobernantes y directorio de RTA es que ya no existirá un solo responsable para dirigir los medios de gestión estatal.

Más allá de los alineamientos y afinidades políticas, la integración del Directorio, aunque fuera dominada por sectores afines al oficialismo gobernante, constituye de por sí un grupo multidisciplinario, intersectorial y plural.

Control social

Entre las innumerables notas de apoyo que tiene la Ley, se destaca la que propone un modelo participativo para el control de los medios públicos, que toma como modelo la televisión pública alemana y francesa.

El Consejo Consultivo Honorario de los Medios Públicos, que propone el artículo 124, establece que será un ámbito consultivo extraescalafonario que “ejercerá el control social del cumplimiento de la presente Ley.”

El Consejo Consultivo estará integrado por “miembros de reconocida trayectoria en los ámbitos de la cultura, educación o la comunicación del país”.

El Poder Ejecutivo deberá designar, a propuesta de los distintos sectores convocados:

- Dos miembros por las facultades y carreras de la Comunicación Social de las universidades nacionales,
- Tres a propuesta de los sindicatos que tengan más afiliados entre los trabajadores que se desempeñan en los medios públicos,
- Dos por representantes de organizaciones de derechos humanos o de públicos y audiencias,
- Seis a propuesta de los gobiernos que integren las distintas regiones en las que se divide el país,
- Uno a propuesta del Consejo Federal de Educación,
- Dos a propuesta del Consejo Asesor de la Comunicación Audiovisual y de la infancia “que representen a entidades u organizaciones de

productores de contenidos de televisión educativa, infantil o documental”.

Algunas cuestiones planteadas por la Ley demuestran el espíritu participativo que la rige. Las reuniones del Consultivo serán públicas y este podrá, además, convocar a audiencias públicas para evaluar la programación, los contenidos y el funcionamiento de RTA. Habilitar canales de comunicación directa con los ciudadanos de cualquier lugar de Argentina y de todos los niveles socioeconómicos.

Se prevé que RTA se financie con un 20% del gravamen que la Ley establece junto a asignaciones presupuestarias previstas en el Presupuesto Nacional, la venta de publicidad y la comercialización de producción de contenidos audiovisuales, entre otras.

Las universidades

Una cuestión interesante que aporta la Ley es que las Universidades solo necesitarán “pedir autorización” para instalar servicios de radiodifusión. Luego podrán establecer redes permanentes de emisoras universitarias, asociarse a otras de gestión estatal, aunque también se les exigirá un 60% de producción propia.

La programación de los medios universitarios deberá “dedicar espacios relevantes de su programación a la divulgación del conocimiento científico, a la extensión universitaria y a la creación y experimentación artística y cultural”.

La Ley plantea que las escuelas públicas también podrán acceder a frecuencias audiovisuales, que deberán “responder al proyecto pedagógico e institucional del establecimiento educativo al que se exigirá un 60% de producción propia”.

Medios para los pueblos originarios

En la Argentina se reconocen una treintena de pueblos originarios, los que están insertos en casi toda la geografía del país. Su participación en la Coalición por una Radiodifusión Democrática y la importante coordinación nacional que sustentan les permitió avanzar con algunos criterios muy importantes.

La ley establece una reserva del 33% de las frecuencias disponibles para las organizaciones sin fines de lucro. Cuando la Coalición había logrado que los redactores de la Ley incorporaran ese concepto y que integraba a los pueblos originarios, ellos aclararon que no eran organizaciones sin fines de lucro, que eran pueblos preexistentes a la conformación del Estado-Nación. De allí en más, ampliada la base social de la demanda, el

Parlamento argentino suscribió un texto por el cual cada etnia puede acceder a una emisora de Amplitud Modulada, otra de Frecuencia Modulada y una de televisión abierta.

Además, se estableció que la financiación podrá realizarse por partidas asignadas por el presupuesto nacional, la venta de publicidad, donaciones y recursos específicos asignados por el Instituto Nacional de Asuntos Indígenas.

Televisión Digital Terrestre

Otro aporte fundamental para el cambio de paradigma comunicacional que Argentina se plantea lo establece la adopción de la norma elegida para la implementación del Sistema de Televisión Digital Terrestre (TDT), y que el Estado Nacional será el responsable de llevarlo adelante.

Esta decisión sería impensable bajo el reinado de los principios privatistas de los gobiernos neoliberales que dominaron Latinoamérica sobre fines del siglo pasado.

La adopción de la norma japonesa, con las adecuaciones realizadas por Brasil, es una decisión de un alto valor geopolítico que, según el decreto firmado por la presidenta Cristina Fernández, resulta "de vital importancia para acentuar los vínculos con los países integrantes del Mercosur y otras naciones de la región". La elección del estándar mencionado, el ISDB-T, se realizó también teniendo en cuenta que permite brindar un servicio gratuito de televisión dirigida a la telefonía celular como al hogar de los usuarios.

Si bien las pruebas iniciales toman a Canal 7 y RTA como pivote, los decretos que definieron la elección de la norma digital establecen que el Estado buscará formas de convocar a productores que hasta el momento están fuera del sistema de medios. El Estado argentino se propone

alentar a los productores independientes para que accedan a la correspondiente capacitación y formación y que, además, cuenten con el asesoramiento que les permita obtener formas de financiamiento genuino.

El Poder Ejecutivo está trabajando en la creación de polos de producción de contenidos audiovisuales para el formato TDT mediante un Foro Consultivo que convoca a la sociedad civil.

Los polos, que comenzarán a constituirse en pocos meses, se iniciarán con una capacitación y formación que establezca un piso de conocimiento común para todos los actores que integran o se proponen integrar la producción de contenidos. Entre los objetivos finales se propone crear un Fondo de Fomento Concursable que permitirá garantizar la sustentabilidad económica de los proyectos que surjan.

El Foro Consultivo está destinado a facilitar la interacción del sector público con el privado junto a la sociedad civil, siguiendo el espíritu de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual.

Si, como dice Eduardo Galeano, nunca como antes "tantos habían sido incomunicados por tan pocos", es saludable que esos "tantos", en alianza con el Estado, den la pelea por comunicarse.

Con la nueva Ley, los Medios Públicos tienen una plataforma de lanzamiento que los impulsa hacia un modelo de comunicación con posibilidades de establecer nuevos parámetros sociales, culturales, políticos y hasta económicos.

La elección de la norma digital y la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual ponen al Estado Nacional argentino en una situación inmejorable para comenzar a saldar la deuda de integración real que la sociedad requiere y que los medios actualmente no expresan. 📺

