

# 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

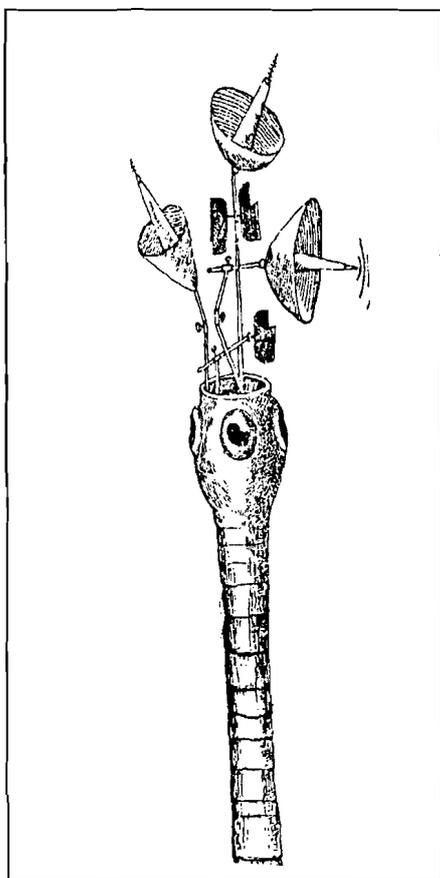
Complejo, polémico e insondable, **El laberinto de la ciberred** provoca adhesiones eufóricamente optimistas, sabotajes creativamente iconoclastas, expectativas anhelantes de democracia. Según Bill Gates, "los beneficios y problemas que surgirán serán mucho mayores que los que produjo la revolución de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

**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*

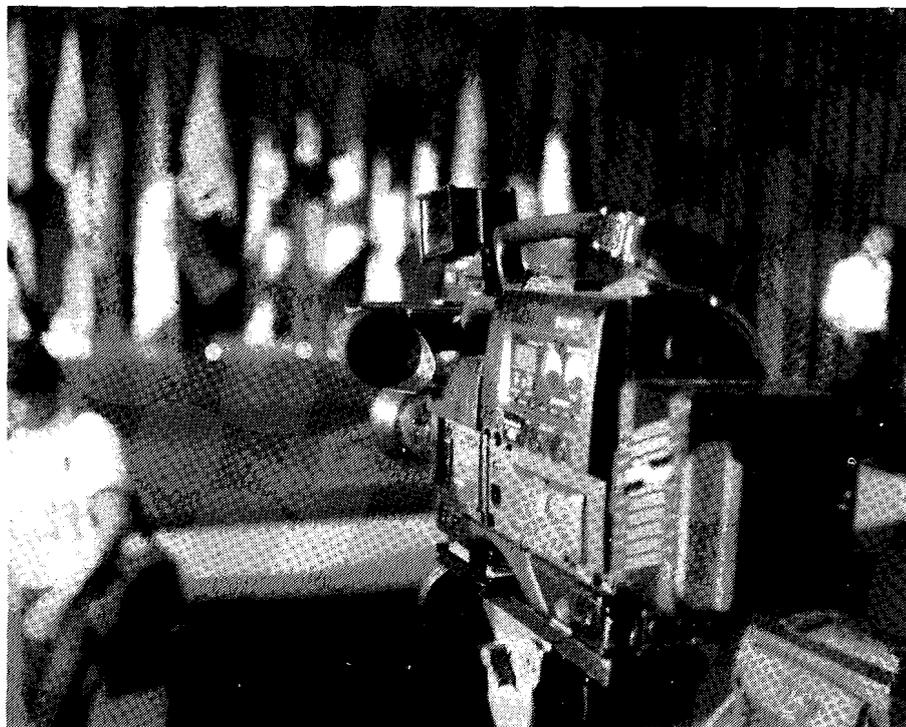
**16** El Internet en América Latina  
*Sally Burch*

**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

## La "sociedad de la información": ¿PROMESA DE FUTURO O ESLOGAN NEOLIBERAL?

*A medida que avanza el decenio, la popularidad de ciertos conceptos que hacen referencia a una presunta revolución pacífica generada por las "nuevas" tecnologías de la información y la comunicación aumenta sin parar. A juzgar por lo que se afirma reiteradamente, las "autopistas electrónicas" son la fórmula que erradicará definitivamente de nuestras sociedades el desempleo, la penuria, el analfabetismo y la dominación. No obstante, muchos de los presupuestos sobre los que se sustenta este mito son abiertamente insostenibles, o al menos esto es lo que el autor pretende demostrar aquí.*



Jesús Rodríguez/Nueva Sociedad

**E**stos presupuestos en torno a la denominada "sociedad de la información" han sido en gran medida generados, o por lo menos divulgados, desde las denominadas ciencias de la comunicación.

Es imprescindible que la investigación y la teorización en comunicación no se dejen seducir por ideas atractivas pero poco fundamentadas sobre la "revolución de la información", y que asuman plenamente su cometido analítico y crítico. Esta necesidad se hace más urgente en la

medida en que nos hallamos ante la punta de lanza, el mostrador de toda una filosofía ultraliberal, tecnocéntrica y conservadora.

**BERNAT LOPEZ**, español. Profesor del Departamento de Periodismo y Ciencias de la Comunicación, Universidad Autónoma de Barcelona.

**La solución a nuestros problemas**

La paternidad del concepto "sociedad de la información" se la reparten una serie de autores de las últimas tres décadas, estadounidenses en su mayoría, cuyos escritos han llegado a ser auténticos *best-sellers*, más allá incluso de los círculos académicos o especializados. Si bien las teorías y propuestas de estos exegetas del cambio tecnológico han ido consiguiendo notoriedad y difusión desde los años 70, no ha sido hasta principios de los años 90 que el debate ha cuajado en un concepto elaborado, articulado, divulgado masivamente y aceptado por las élites políticas y económicas y los medios de comunicación. El impulso decisivo vuelve a venir de los Estados Unidos, y las élites políticas europeas han respondido, sin exagerar, con auténtico entusiasmo. El *Libro Blanco Crecimiento, Competitividad, Empleo*, de la Comisión Europea, afirma que uno de los objetivos estratégicos de la acción comunitaria debe ser "preparar sin retraso y poner los cimientos de la sociedad de la información". Pero en toda la producción documental que despliega estas propuestas no se hace ningún esfuerzo de reflexión y de clarificación conceptual, sino que parece predominar un tono propagandístico y mesiánico. Veamos algunos de los componentes del mito, de los presupuestos asumidos acríticamente por este discurso.

**Novedad y naturaleza revolucionaria de los cambios**

La sociedad de la información y sus *gadgets* son nuevos por antonomasia. De hecho, se afirma que aún se halla en sus inicios, que en este momento tan solo se intuyen sus potencialidades plenas.

La afirmación, formulada en el *Informe Bangemann*, de que "las tecnologías de la información y las comunicaciones están generando una nueva revolución industrial que ya puede considerarse tan importante y profunda como sus predecesoras", abunda en esta visión de novedad y cambio radical (*Informe del Grupo de Alto Nivel sobre la Sociedad de la Información*).

A estas alturas, la idea de la novedad aplicada sistemáticamente a las tecnologías de la información es abiertamente insostenible, como lo demuestran numerosas investigaciones realizadas sobre algunas de las aplicaciones-vedette que, en su momento, presidieron el mostrador de las presuntas avanzadillas de la sociedad de la información, como por ejemplo el videotexto o la televisión de alta definición.

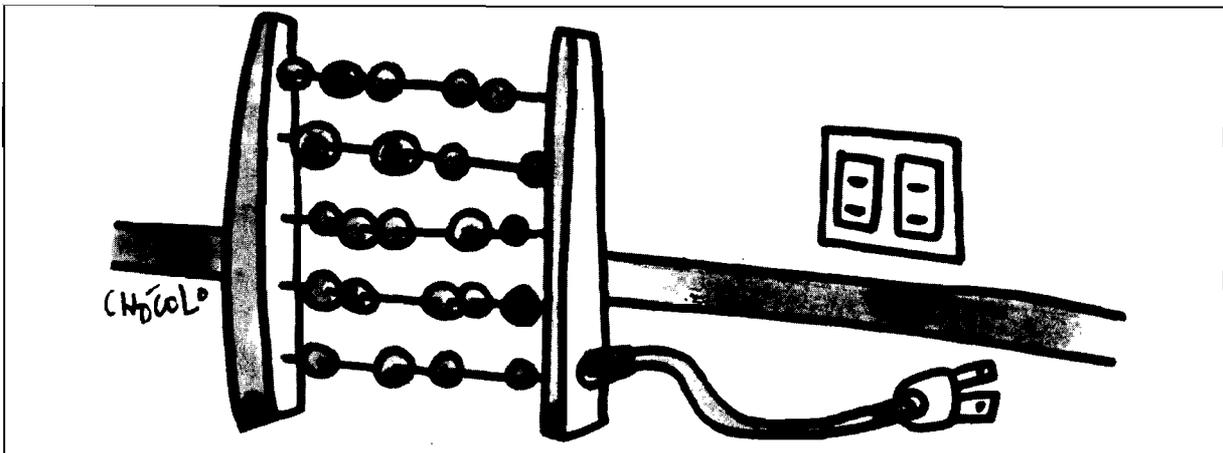
Lo mismo se puede decir de la naturaleza presuntamente revolucionaria de los cambios inducidos por las tecnologías de la información. La tecnología, por sí misma, no provoca revoluciones, sino que es un elemento más en una conjunción de determinantes sociales, políticos y cultural-ideológicos que constituyen el motor de las transformaciones o la base de las permanencias. Más de veinte años después de que Daniel Bell formulara el concepto de "sociedad post-industrial", no solo que la lógica industrial no ha retrocedido de los ámbitos productivos "clásicos", sino que ha invadido terrenos anteriormente ajenos a ella, como la producción simbólica, la cultura y el saber; no solo que la información no ha acabado con el industrialismo, sino que ha pasado a ser uno de los principales ámbitos de su expansión. En definitiva, las autopistas de la infor-

mación no son precisamente la llave de un "mundo feliz"; más bien son la metáfora de un capitalismo revitalizado y más agresivo que nunca. Un nuevo capitalismo para el cual el sociólogo quebequés Gaëtan Trembay ha acuñado el sugerente término "gatesismo" (por semejanza a "fordismo", pero esta vez en honor al "gran hermano" Bill Gates).

**La centralidad**

Otra de las afirmaciones sobre las que se basa el concepto de sociedad de la información es la de la nueva (evidentemente) centralidad de la información y la comunicación en las sociedades industriales avanzadas. En el ámbito económico son numerosas las fórmulas que se utilizan para describir esta nueva centralidad: la información como materia prima más importante de los procesos productivos, como fuente de energía principal, como capital inagotable, como sistema nervioso de las sociedades modernas... Ahora bien, hay que otorgar a la información el lugar que le corresponde, y ningún otro. Desde los orígenes del trabajo humano, entendido como actividad dirigida a transformar la naturaleza en beneficio propio, siempre ha intervenido la información como un elemento más de los procesos productivos, junto con las materias primas, la energía, la tecnología y el capital.

Por otra parte, tanta importancia **relativa** tenía la información, pongamos por caso, en el proceso medieval de producción, distribución y consumo de trigo, como en el comercio mundial de derivados del petróleo en la actualidad. Lo único que ha cambiado es la escala, el volumen, la cantidad de los procesos



de producción-circulación-consumo, y por ello la cantidad de información en circulación ha crecido enormemente.

Lo mismo podemos decir en relación con la presunta naturaleza estratégica de la información en los sistemas políticos contemporáneos. Hoy en día, se afirma, quien posee la información tiene el poder. Pero la aplicación de la perspectiva histórica a esta aseveración nos lleva a preguntarnos: ¿qué es lo que ha cambiado? En este sentido, las llamadas a la concienciación de los poderes públicos, para evitar la "fractura social" que provocaría una "alfabetización" desigual en el manejo de las tecnologías de la información, son perfectamente legítimas y necesarias, pero no están alertando sobre ningún riesgo esencialmente nuevo. El control del saber y de la producción informativa es tan importante en el mantenimiento y la reproducción de las estructuras de poder en las democracias actuales como lo era en las monarquías absolutas del barroco o, incluso, en las tribus "primitivas". La "visibilidad" de la información se halla en relación directa con la complejidad de los sistemas sociales: cuanto más grande es esta, más información se necesita para manejarla.

En definitiva: centralidad de la comunicación sí, pero no nueva ni creciente, sino constitutiva de cualquier sociedad. En este sentido, se puede afirmar que el término "sociedad de la información" es en realidad una tautología: desde el momento en que la comunicación es el factor que transforma un conjunto de individuos aislados en una sociedad, ¿cuándo ha habido "sociedades sin información"?

### El crecimiento indefinido

En los años 70, coincidiendo con la crisis energética mundial, se puso de manifiesto la imposibilidad física, material, de un crecimiento indefinido del sistema capitalista. Pero las teorías sobre la revolución informativa aportaron enseguida una "solución" tranquilizadora: al ser la información nuevo elemento central de los procesos productivos, un bien inagotable y auto-renovable, los límites del crecimiento quedan eliminados. La información es "limpia", no contamina, y por consiguiente respeta el medio ambiente. La "sociedad de la información" promete una economía inmaterial, la creación de riqueza sin desgaste ener-

gético o medioambiental, la producción cibernética y el consumo virtual. En palabras de Nicholas Negroponte, uno de los más celebrados profetas de la "nueva sociedad", estaríamos pasando de un mundo de átomos a uno de bits.

Ahora bien, no deja de ser revelador (y paradójico) que, en el mundo desarrollado, al mismo tiempo que proliferan las teorías y las utopías sobre la economía inmaterial y la sustitución del movimiento físico de personas, mercancías y capitales por el movimiento de información, el crecimiento económico se continúe midiendo en términos de incremento en los consumos energéticos y de materias primas. Esto vendría a corroborar que la información no sustituye, sino que acompaña y complementa.

Por lo que respecta a la cuestión medioambiental, a mediados de los años 90 resulta más que obvio que la información no ha sustituido al petróleo ni a la energía nuclear como fuentes de energía básicas del sistema, ni ha evitado las cada vez más numerosas catástrofes ecológicas. De hecho, aún se utilizan las estadísticas de producción de basura por habitante como indicador de desarrollo. La información puede ayudar a racionalizar el consumo energético o a gestionar mejor la eliminación y el reciclaje de residuos, pero no sustituirá nunca a la propia energía o a las materias primas.

### La fuente inagotable de empleos

Se halla claramente asociado al del crecimiento indefinido (de hecho es consecuencia de él), pero presenta la "virtud" de ser más propagandístico, más popular, ante las urgencias creadas por el desempleo masivo. Se afirma que el crecimiento del sector servicios ligado a la expansión de las industrias de la información proporcionará un filón de empleos seguros, limpios, creativos, flexibles y bien remunerados. Nuevamente, aquí, las élites políticas de Bruselas han encabezado la campaña. El *Libro Blanco Crecimiento, Competitividad y Empleo* afirma que, tan solo en el sector audiovisual (industria de los contenidos solamente), se pueden llegar a generar en Europa hasta dos millones de puestos de trabajo entre 1994 y el año 2000, llegando hasta la cifra de cuatro millones. Esta cifra, no obstante, parece altamente ficticia a la luz de los datos de la única investigación empírica

realizada sobre el tema, que situaba en 288.000 el número de empleos del sector en 1992 (*Annuaire 1995 de l'Audiovisuel*, del Observatorio Europeo del Audiovisual). En el sector de las telecomunicaciones, que despierta también grandes esperanzas en relación con el empleo, la propia Comisión Europea cifra en 125.000 los empleos eliminados desde 1984, en Europa.

No hay ningún motivo para pensar que las "autopistas de la información" revolucionarán el mercado de trabajo (en sentido positivo). Por cada empleo creado en asociación con el sector de la información, probablemente se están perdiendo dos empleos "clásicos". Por otra parte, tampoco hay base para pensar que el nuevo trabajo generado será más cómodo y bien remunerado. De hecho, las industrias de la comunicación, tanto las de soportes como las de contenidos, son líderes por lo que se refiere a subocupación y precarización. La imagen pulcra y futurista de un ordenador o

**E**l control del saber y de la producción informativa es tan importante en el mantenimiento y la reproducción de las estructuras de poder en las democracias actuales como lo era en las monarquías absolutas del barroco o, incluso, en las tribus "primitivas".



Carlos Amérgo/ Dimensión Visual, Uruguay

*"No hay democracia real sin el acceso a la tecnología y a procesos de comunicación"*

un vídeo no nos puede hacer perder de vista que son aparatos producidos, muy probablemente, con mano de obra barata del Tercer Mundo.

### La "democracia directa" y la "revolución cultural"

La multiplicación de los canales, a raíz de la aplicación de las tecnologías del cable y el satélite a partir de los años 70, y el surgimiento de equipos ligeros de audio y vídeo, alimentaron todo tipo de expectativas en torno a las potencialidades de democratización política y cultural de la comunicación electrónica, recogidas por los múltiples movimientos radicales que proliferaron durante los años 70 y los 80. Si bien el fracaso de estas expectativas ha templado bastante los discursos actuales sobre las posibilidades democratizadoras de las "autopistas de la información", el mito de la aldea global continúa vigente y operativo, inspirando ideas sobre la "democracia del botoncito". En palabras del vicepresidente de los EE.UU., AL Gore, "la inteligencia de la IMI (Infraestructura Mundial de Información) difundirá la democracia participativa(...). Veo una nueva edad ateniense de la democracia forjada en los foros que la IMI creará" (en Fundesco: *Telecomunicaciones 1994/Tendencias*).

Otra de las deslumbrantes promesas del discurso de la "sociedad de la información": el ámbito de la cultura y el conocimiento resultaría igualmente revolucionado por una multiplicación casi infinita de la oferta de mensajes. No obstante, la teoría según la cual la multiplicación de la oferta comportará una democratización del consumo ya ha sido desmontada convincentemente por numerosos autores: no existe soberanía cultural real si el usuario no tiene acceso a los aparatos y a los procesos de producción simbólica. El poder comunicativo continuará en manos de los que producen los mensajes, tanto si estos últimos son veinte como si son veinte millones.

### Conclusiones

Una lectura atenta de los principales documentos programáticos de la Unión Europea referidos al sector de la comunicación no deja lugar a dudas: el mito de la sociedad de la información está siendo utilizado de manera sistemática en la ofensiva liberalizadora capitaneada por algunos sectores de la Comisión. Este discurso presenta los presuntos beneficios de la nueva "revolución" sin ningún tipo de fundamentación empírica o argumental, como tampoco se argumenta el

enlace causal, casi ontológico, que se establece entre construcción de la sociedad de la información y liberalización total.

Desde la convicción de que esta última no es, ni mucho menos, la solución idónea para la salida de la crisis y, en general, para el futuro de las sociedades ("avanzadas" o "atrasadas"), es preciso desactivar el mito-eslogan de la sociedad de la información. Un concepto reforzado desde algunas formulaciones teóricas provenientes del mundo académico, las cuales padecen, a nuestro entender, de un déficit de reflexión y de contrastación históricas que se refleja, principalmente, en la discutible idea de la "nueva centralidad de la comunicación".

La misma importancia estratégica que el discurso de la sociedad de la información otorga al sector de la comunicación en la organización de las sociedades contemporáneas (y que, hay que añadir, no es nueva, sino constitutiva de cualquier tipo de sociedad) aconseja, en lugar de un abandono de las responsabilidades públicas de gestión y control en manos de las multinacionales, la articulación de auténticas políticas de comunicación integradas, tanto a nivel nacional como internacional. ●