

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

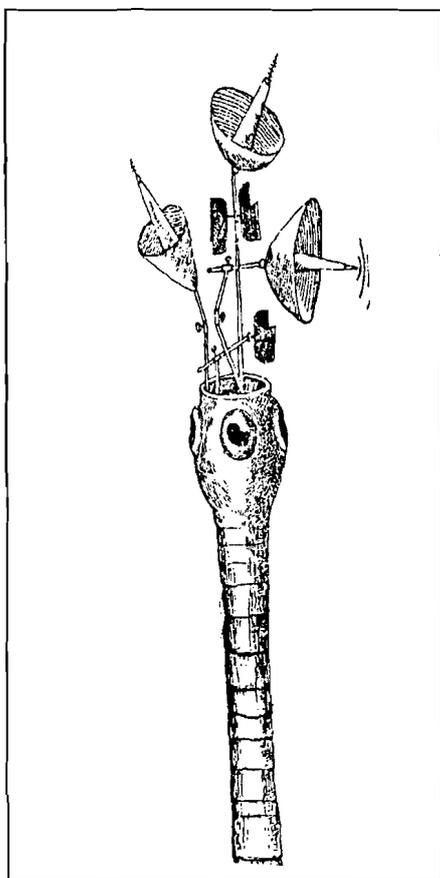
Complejo, polémico e insondable, **El laberinto de la ciberred** provoca adhesiones eufóricamente optimistas, sabotajes creativamente iconoclastas, expectativas anhelantes de democracia. Según Bill Gates, "los beneficios y problemas que surgirán serán mucho mayores que los que produjo la revolución de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

Solo el 0.6% de los usuarios de Internet en el mundo son de Latinoamérica. Las limitaciones tecnológicas de acceso a la ciberred son serios obstáculos para democratizarla y ponerla al servicio de los intereses regionales.



- 4** El periodista en la quinta revolución cultural
Rafael Roncagliolo
- 8** La "sociedad de la información": ¿promesa de futuro o eslogan neoliberal?
Bernat López

12 Computadoras y vídeo: nuevos mercados globales
Enrique González-Manet

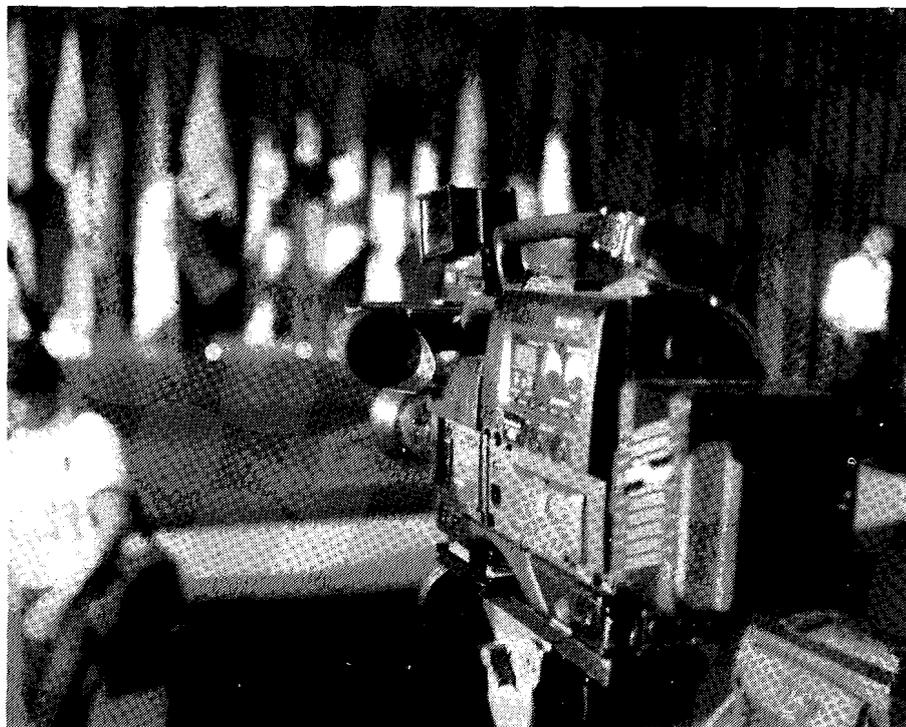
16 El Internet en América Latina
Sally Burch

20 Veneno en la red
Christian Ferrer

25 Tomando el pulso al laberinto

LA TELEVISION POR CABLE

Para el año 2000, los suscriptores de la TV pagada serán 20 millones en América Latina. Este es un negocio que están disputándose los magnates nacionales y transnacionales de la comunicación. En este contexto, ¿cuáles son las posibilidades que tenemos para democratizar este servicio?



29 Argentina: de los cableros a los grandes operadores
Diego Rossi

33 Mucho gusto Argentina, encantado Brasil
Anita Simis

37 Uruguay: a la espera del beso del príncipe
Enrique Roldós

41 Ecuador: David y Goliath en el cable
Fernando Checa M.

46 Venezuela: hacia un canal de servicio público
Carlos Eduardo Colina

51 La televisión directa: lucha de gigantes
Gonzalo Ortiz Crespo

56 TV: la captura en la imagen
Roberto A. Follari

EL DEFENSOR DEL LECTOR

La prensa tiene "demasiado poder, un poder peligroso". ¿Cómo controlarlo?, ¿cómo vigilarlo? Una de las opciones son los ombudsmen, experiencia no suficientemente evaluada. Aquí, algunas reflexiones al respecto.



- 60** Perfiles de la Defensoría del Lector
Diego Araujo Sánchez
- 63** ¿Son necesarios los ombudsmen?
Mario Xavier

- 68** El poder de los medios y el ombudsman
Eleazar Díaz Rangel
- 72** México: hacia la creación del ombudsman
Javier Esteinou Madrid

NUESTRA PORTADA

Sin título. Acrílico en tela.
120 x 80 cm. de

GONZALO ENDARA CROW
Ecuatoriano

17 marzo de 1936
14 de abril de 1996

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

DISEÑO PORTADA Y
CONTRAPORTADA

ARTURO CASTAÑEDA V.

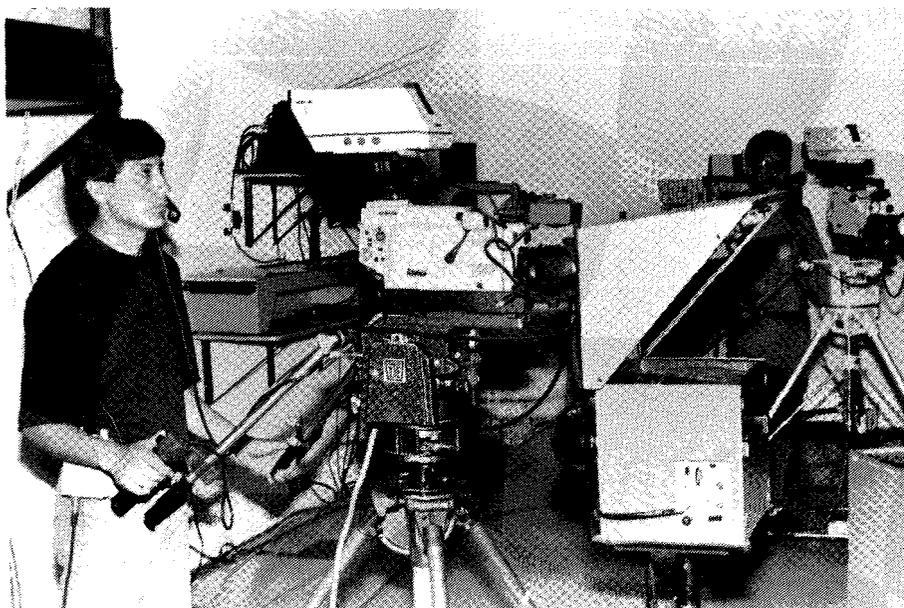


- 75** Un faro para la prensa
Marcia Gurgel
- 77** Canadá: control de la violencia en la TV.
Andrea Martínez
- 81** Los ombudsmen: un balance

ENSAYOS



- 83** Espejo, periodista esencial
Hernán Rodríguez Castelo
- 86** La iglesia y los medios de comunicación
Gregorio Iriarte
- 88** Colombia: los periodistas y el proceso 8.000
Juan Pablo Ferro C.
- 91** Historia de una histeria
Jorge Luis Gómez
- 93** IDIOMA Y ESTILO
El periodista y el verbo
Hernán Rodríguez Castelo
- 96** ACTIVIDADES DE CIESPAL
- 97** NOTICIAS
- 99** RESEÑAS



Luis Mejía, Ecuador

Venezuela: HACIA UN CANAL DE SERVICIO PÚBLICO

El autor presenta la situación de la TV por suscripción en Venezuela, la analiza desde sus inicios, en 1988, hasta la actualidad, cuando los abonados llegan a 400.000.

Reflexiona sobre la normativa actual que regula este servicio, enfatizando sus logros y flaquezas, y propone la constitución de un canal de servicio público.

La industria de la TV por suscripción en Venezuela comenzó a operar legalmente en 1988 con *Omnivisión*. Posteriormente, *Cablevisión* (1990), *Supercable* (1994) y *Viva* (1994). Estas primeras compañías utilizan instrumentos

tecnológicos y técnicas tradicionales (microondas: *Microways Multichannel Distribution Service*, MMDS), pero desde hace dos años compiten con empresas que emplean aparatos y técnicas de punta (fibra óptica/cable coaxial), que las transforman en auténticas CATV. A pesar de la crisis económica nacional, la industria

se encuentra en una fase de pleno crecimiento y apogeo. Actualmente, existen trece empresas concesionarias, doce de las cuales se encuentran registradas en la Cámara Venezolana de la Televisión por Suscripción (CAVETESU). *Margarita Televisora Multicanal* no aparece inscrita en dicho organismo.

Según una fuente empresarial, el orden de importancia de las principales compañías que operan en el Área Metropolitana de Caracas, considerando el número de abonados, es el siguiente: *Omnivisión*, *Supercable*, *Cabletel*, *Cablevisión* y *Viva*.

Legales e ilegales

Existen dos categorías de empresas: las compañías legalizadas, con permisos y concesiones de la CONATEL (Comisión Nacional de Telecomunicaciones) y las "ilegales", que no están registradas en CONATEL, no poseen concesión ni permiso para operar, evaden impuestos y "piratean" la señal (Arapé, 1996).

Dentro de las primeras existen algunas que tienen concesiones (otorgadas por el CONATEL) regionales y locales. Estas compañías establecen contratos con productores de EE.UU., México, Argentina, Colombia, España, Francia, Italia, Alemania, etc.; que les permiten decodificar la señal, comercializarla a base de tarifas, según la cantidad de abonados que encienden un determinado canal. En cuanto a su programación, la de origen estadounidense es la de mayor proporción, a pesar de que en el artículo 15 del reglamento vigente establece que la TV por suscripción deberá incluir el 10% de producción nacional en, por lo menos, uno de sus canales.

Las segundas "... se encuentran tramitando sus permisos en CONATEL ... La CAVETSU iniciará una campaña de legalización junto a otros actores sociales afectados, ... con la finalidad de competir sobre la base de calidad de servicios y precios" (Arapé, 1996).

CARLOS EDUARDO COLINA, venezolano. Sociólogo, comunicador social, investigador del Instituto de Investigaciones de la Comunicación (ININCO).

En la actualidad existen 200.000 abonados en las compañías debidamente legalizadas. Si se suman los suscriptores de las empresas "ilegales", se estiman entre 300.000 y 400.000 abonados. El *target* de las compañías está conformado por hogares de los estratos sociales A, B y C. Únicamente en el Área Metropolitana de Caracas se estiman más de 100.000 familias suscriptoras, según Alberto Arapé. Las tarifas mensuales oscilan entre 10 y 32 dólares, con derecho a 33 y 50 canales, respectivamente.

Por otra parte, las antenas parabólicas aparecieron mucho antes en el mercado, pero es un sector que ha ido replegándose. En cuanto al número de usuarios, existen cifras dispares e inconsistentes entre sí. Para el presidente de CAVETESU existirían entre 30.000 y 40.000 parabólicas. Las empresas que comercializan este renglón no forman parte de dicho organismo y al parecer operan de manera ilegal.

Reglamentación

Como subsector específico de la televisión nacional, la TV por suscripción está regulada por la Constitución, la Ley de Telecomunicaciones (1940)¹, el Reglamento de Radiocomunicaciones (1941), además de las normas previstas por el Ministerio de Transporte y Comunicaciones (MTC) en diferentes resoluciones². Evidentemente, gran parte de esta reglamentación genérica es anacrónica; no obstante, algunos conceptos parecen rescatables.

Paralelamente a los inicios legales de los sistemas de T.V. por suscripción, surge una serie de reglamentos específicos. Cada uno de los decretos y reglamentos deroga los precedentes. El actualmente vigente (Reglamento para explotar el sistema de televisión por suscripción, Decreto Presidencial 2701, Caracas, 12-I-89, Gaceta Oficial 34.135) hace énfasis en tres aspectos básicos: concesiones y permisos, canales de TV y programación (Sánchez, 1992:237). Más que la reproducción descriptiva de dicha normativa cabe analizar algunos de sus logros y flaquezas.

Lo positivo es que el artículo 5 impide la monopolización del servicio³. En cuanto a las falencias del reglamento podemos acotar que la definición de TV por suscripción, que realizan los artículos 1 y

Televisión por suscripción en Venezuela			
Compañías con concesión, 1996			
EMPRESAS	COBERTURA		TIPO DE SISTEMA
	Nombre de las ciudades	Número de ciudades	
OMNIVISION*	Caracas Barquisimeto Puerto La Cruz Puerto Ordaz, Maracaibo San Cristóbal	6	MMDS (microondas)
PARABOLICAS SERVICE'S	Acarigua Barquisimeto Cumaná Maracay San Felipe Valencia	6	Cable: fibra óptica y cable coaxial
PROSEÑAL	Ciudad Bolívar El Tigre Maracay Turmero	4	CABLE
CABLEVISION*	Caracas Barquisimeto Puerto La Cruz	3	MMDS
COMUNICACIONES 2163	Porlamar Puerto La Cruz Valencia	3	MMDS
PARABOLICAS CARACAS	Mérida San Cristóbal	2	CABLE
CABLETEL*	Caracas	1	CABLE
INTERCABLE	Barquisimeto	1	CABLE
MARGARITA TELEVISORA MULTICANAL	Porlamar	1	
SATVENCA	Maracaibo	1	CABLE
SUPERCABLE*	Caracas	1	CABLE
ULTRAVISION*	Caracas	1	CABLE
VIVA T.V.	Caracas	1	MMDS

Fuentes: Cámara Venezolana de la Televisión por suscripción (CAVETESU). Datos del Estudio. Caracas 07-05-96

Lista de empresas concesionarias CONATEL. Gerencia de Desarrollo Sectorial. Entrevista del Estudio. Caracas 27-05-96

CONATEL. Gerencia de Radiodifusión. Entrevista telefónica del estudio. Caracas, 10-05-96.

* Empresas con concesiones nacionales

LA TELEVISION POR CABLE

17, es restrictiva e imposibilita el surgimiento de otros usos; por ejemplo, la inclusión de una franja horaria libre distinta a los programas meramente informativos, dirigidos al público en general. La legislación debería incluir, además del uso actual, la posibilidad de que surjan otros usos. Conocemos el caso del canal *Plus* español que transmitía, durante parte del día, al público en general y a partir de las 9 p.m. incluía una programación exclusiva para el público suscriptor, generalmente filmes de estreno.

Finalmente, en este apretado análisis, cabe señalar que el reglamento no contiene ninguna disposición que obligue a incorporar por lo menos un canal de acceso al público. Apenas el artículo 3 establece que "El sistema podrá prevenir emisiones generadas localmente o distribuidas a través del mismo".

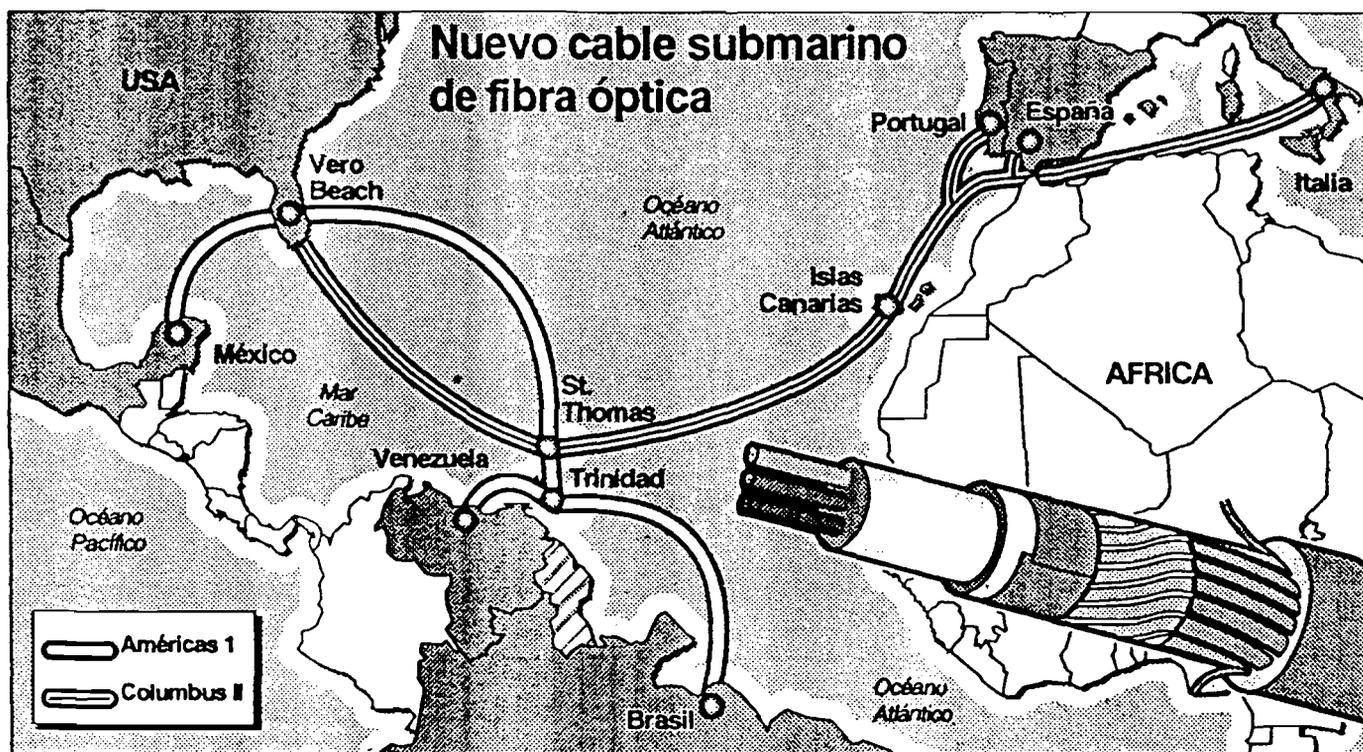
Acceso al público

Se debería propiciar la obligatoriedad de un canal de servicio público en los sistemas de TV por cable. Muchos países incluyen esta disposición normativa en la reglamentación específica del

Es bueno elucidar que no partimos de una posición estatizante. La posición reguladora del Estado debe traducirse en una reglamentación mínima, cuanto más en un servicio pagado y libremente elegido por el usuario. No obstante, no se puede eludir la definición de algunas directrices adecuadas.

sector. La legislación mexicana establece una reserva de tres canales, por cada sistema, para uso del Estado. "En 1986, Canadá contaba con más de mil doscientas redes de televisión por cable con licencia, de las cuales casi todas incluían un canal comunitario"... (UNESCO, 1990:210). La Canadian Radio-Television and Telecommunication (CRTC) decretó el Reglamento Oficial, hoy vigente, que estipula que los operadores de los sistemas de televisión por cable deben ofrecer por lo menos un canal comunitario en su servicio básico. La industria televisiva ha empleado dicho canal para mantener un excelente contacto con las comunidades a las que se dirige.

Hace una década, en los EE.UU., la Comisión Federal de Comunicaciones (FCC)⁵ calculaba en por lo menos 1.200 los centros de acceso que operaban con algún tipo de fórmula combinada de grupos independientes de ciudadanos, instituciones locales, patrocinio de emisoras locales por cable y empresas de gestión de acceso. "Los centros, dirigidos principalmente por voluntarios, proporcionaban instalaciones para la producción y el acceso libre"... (UNESCO, 1990:210).



LA HIPOTESIS DEL DISTANCIAMIENTO

Las nuevas tecnologías de comunicación e información (NTCI), entre ellas la TV por cable y sus nuevos usos, han provocado cambios culturales y, por tanto, han socavado algunas bases teóricas y conceptos ampliamente difundidos. Por ejemplo, el de la "comunicación de masas" (audiencias heterogéneas, inmensas y anónimas) es cuestionado por la privacidad y la segmentación de la audiencia que provoca la TV por cable (Alsina, 1989:21). Habría que interrogarse por los resultados sociales efectivos, pero considerando que algunos procesos se encuentran en sus fases embrionarias o de maduración, y que el cambio permanente caracteriza a esta sociedad postmoderna: lo que afirmamos sobre una generación tecnológica puede no ser válido para la siguiente. No obstante esta relatividad, veamos las pistas que da la *Gap hypothesis* (hipótesis del distanciamiento).

Esta hipótesis proviene de las investigaciones sobre los efectos cognitivos que ha adelantado la *communication research* estadounidense. El conocimiento es reconsiderado como forma de control social: "históricamente, las instituciones y los grupos sociales, económicos, religiosos o culturales, que han ejercido el poder social, han establecido diversos mecanismos de control sobre los canales tecnológicos que podían distribuir los conocimientos y las informaciones cotidianas a la población" (Saperas, 1987:116).

Para la *Gap hypothesis* se ha generado ... "un distanciamiento de conocimientos (*knowledge gap*) entre los diversos sectores socioeconómicos fundamentado en las diversas habilidades comunicativas de los individuos". (Saperas, 1987:117). Paralelamente a este tipo de alejamiento se estaría produciendo un distanciamiento tecnológico, que se produce no solo entre países con diferente desarrollo, sino entre los diversos sectores socioculturales, determinado por la forma en que las NTCI son comercializadas y por las habilidades que exigen para su uso. Cabe apuntar que este último factor no es válido para la TV por cable -no exige ninguna habilidad- y, en el caso de la informática, ve su importancia disminuida progresivamente por las nuevas generaciones de computadores y programas, cada vez más fáciles de operar.

Ante la interrogante sobre si las NTCI permitirán la ampliación o la reducción del distanciamiento de conocimientos, la respuesta hipotética del enfoque citado es la siguiente: "las tecnologías que se organizan para incrementar la diferenciación, en la selección de la información, entre los

grupos sociales incrementará la disparidad en información entre los grupos de bajo y alto status... La TV por cable ha sido comercializada en algunas comunidades para informar a un amplio sector de los ciudadanos sobre los tópicos comunitarios, en otras ha permitido una mayor especialización de la información orientada hacia grupos especiales. Este último resultado es más probable que ocurra, considerando la naturaleza de los sistemas de radio y televisión..." (Tichenor, Donohue y Olien, citados por Saperas, 1987:140,141).

En definitiva, en la generación del distanciamiento de conocimientos actuarían tres mecanismos de control: sobre el acceso a la información, sobre su distribución y sobre el reforzamiento de las predisposiciones previas, explicadas estas últimas por la pertenencia a un determinado status socioeconómico: niveles educativos, expectativas de comportamiento y motivaciones. En esta perspectiva, el *knowledge gap* se delimita definitivamente mediante el tercer mecanismo: "Si el acceso y la distribución de la información pueden fácilmente ser susceptibles de cierto igualitarismo, las...diferentes pautas de reforzamiento para la adquisición de información pueden reducir el alcance con el cual los grupos, con una menor educación formal, encuentran y usan dicha información (Tichenor, Donohue y Olien, citados por Saperas, 1987:133).

Al rescatar la hipótesis del distanciamiento no queremos reproducir una visión apocalíptica, sino aleitar sobre algunos peligros que pueden acarrear ciertos usos de la tecnología en general y de la CATV en particular, en una región como la latinoamericana, con estructuras sociales marcadamente asimétricas, donde subsisten los problemas clásicos del acceso y la participación. Estos principios, ligados al concepto de comunicación democrática (UNESCO), serían reivindicables para ciertos usos y servicios básicos, mas no para todos. Algunos instrumentos tecnológicos de comunicación surgieron para satisfacer a ciertos segmentos y no tienen por qué ser masivos. Un ejemplo de perogrullo es la telefonía móvil celular.

En todo caso, asumimos el planteo con un carácter conjetural y coyuntural. Además, la segmentación y la fragmentación de las audiencias pueden ser vistas como evoluciones del sistema comunicacional que conllevan también consecuencias positivas, por ejemplo, la segmentación permitiría satisfacer en mayor medida las distintas demandas de un público heterogéneo. Por otra parte, la fragmentación que genera la TV regional puede estar relacionada con una mayor vinculación con las culturas y estilos locales.

Dicho canal alternativo podría, como su nombre lo indica, ser vehículo de la producción y problemática de diversas comunidades, de la TV de las distintas regiones del país, de la cinematografía nacional y de la producción audiovisual independiente de Latinoamérica. En es-

ta dirección sería válido estudiar la posibilidad de emplear satélites regionales. La gerencia de dicho canal podría estar en manos de grupos o entes de la sociedad civil. Una disposición jurídica como la anteriormente sugerida podría coadyuvar a la meta propuesta. No obstante,

el asunto no es exclusiva ni principalmente legislativo, sino participativo, sico-social, económico y político en el amplio sentido del término. Un precepto legal sin usuarios activos puede transformarse en otra bagatela. La actitud de los empresarios es vital en este asunto.



Es necesario superar la "brecha del conocimiento" entre el Norte y el Sur

Cristian Tauchner, Ecuador

Es bueno elucidar también que no partimos de una posición estatizante. La posición reguladora del Estado debe traducirse en una reglamentación mínima, cuanto más en un servicio pagado y libremente elegido por el usuario. No obstante, no se puede eludir la definición de algunas directrices adecuadas. La reciente calificación de la CATV como servicio de lujo⁶ refleja la miopía de ciertos sectores gubernamentales. La política de comunicación del Estado debería estimular a las empresas para que ofrezcan tarifas económicas, con el objeto de solventar en lo posible el problema del acceso. De lo contrario, la oferta múltiple de canales estaría al alcance de un grupo minúsculo de televidentes. ❁

BIBLIOGRAFIA

Alsina, Miguel Rodrigo, *Los modelos de la comunicación*, Editorial Tecnos S.A., Madrid, 1989.

Arapé, Alberto, entrevista de estudio realizada el 2 de mayo de 1996.

Colina, Carlos Eduardo, "¿Antiguas nuevas tecnologías?", en *El Nacional*, Caracas, 22-05-89, p. C2.

Colina, Carlos Eduardo, "Sociología de las nuevas tecnologías de la comunicación", en *Anuario ININCO*, nº 5, Caracas, 1993, p.p. 47-80.

Sánchez, Livia, *La TV por suscripción: el negocio de la década*, Tesis de Grado, Escuela de Comunicación Social, Facultad de Humanidades y Educación, UVC, Caracas, 1992.

Saperas, Enric, *Los efectos cognitivos de la comunicación de masas*, Editorial Ariel, Barcelona, 1987.

UNESCO, *Informe sobre la comunicación en el mundo*, Impreso por Imprimerie des Presses Universitaires de France, Vendome, 1990.

NOTAS

1. Según el artículo 1 de esta ley, el establecimiento o explotación de todo sistema de telecomunicaciones corresponde exclusivamente al Estado... Su administración, inspección y vigilancia, al Ejecutivo Federal". Sin embargo, el Estado podrá otorgar permisos y concesiones a particulares. (Gaceta Oficial No. 20.248, Caracas, 01-VIII-1940).

2. Por ejemplo, la Resolución 1.621 (30-X-64) estipula las normas que se deben seguir en cuanto a instalación y funcionamiento de estaciones de televisión. La Resolución No. 240(14-09-88) establece los plazos concedidos para la consumación de los proyectos y el lapso de los permisos (Sánchez, 1992:240-242).

3. Artículo 5: "Los concesionarios de un sistema de televisión no podrán, en ningún caso, cambiar su concesión para operar en otro, ni optar a otra concesión del mismo o de un sistema distinto".

4. Artículo 1: "A los efectos del presente reglamento, se define Televisión por suscripción al

sistema de múltiple uso a través del cual se generan o distribuyen emisiones audiovisuales que son transmitidas a usuarios quienes abonan una cuota por la recepción exclusiva del mismo".

Artículo 17: "Las estaciones de televisión por suscripción por aire, reguladas en este reglamento, no podrán transmitir programas al público en general, a excepción de los programas informativos".

5. "La FCC solicitó, en 1972, a todas las redes de cable que contaban con más de 3.500 abonados, que crearan un canal controlado por operadores y con espacios publicitarios, y de un canal con participación del público, un canal educativo, y un canal estatal con cinco minutos semanales como mínimo de tiempo de producción libre, y un espacio televisivo a disposición de cualquier grupo o individuo que quisiera transmitir mensajes no comerciales". En 1979, una nueva legislación federal suprimió los requisitos obligatorios de acceso al público y delegó la reglamentación a las autoridades municipales. No obstante, en los años 80, los centros de TV por cable de acceso al público se propagaron junto a las redes por cable (UNESCO: 209, 210).

6. Más recientemente, la Comisión de Finanzas del Congreso de la República estableció que la CATV no es un lujo, y los actores interesados esperan que la proposición prospere en otras instancias. En caso negativo, el usuario tendría que pagar 12.5% por el Impuesto General a las Ventas (IGV), 1.5% establecido por CONATEL (MTC) y 20% por Impuesto al Lujo. Los empresarios esperan que el IGV se mantenga en 12% o se eleve a 16.5% pero que no se peche al subscriptor con la alícuota del Impuesto al Lujo.