

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

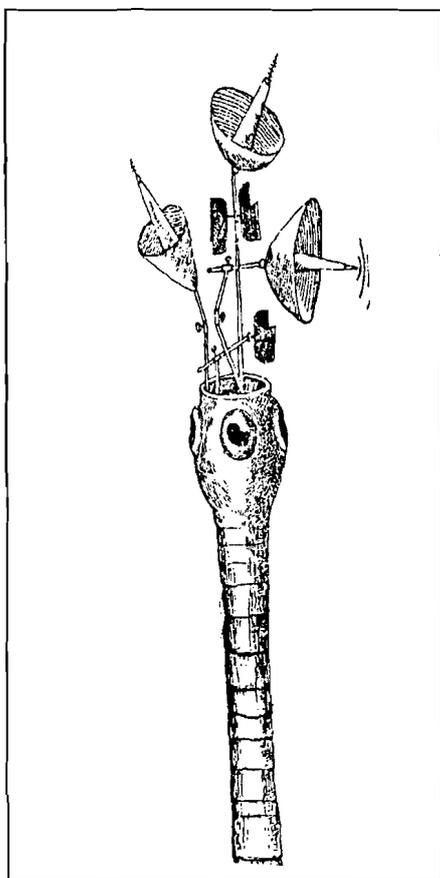
Complejo, polémico e insondable, **El laberinto de la ciberred** provoca adhesiones eufóricamente optimistas, sabotajes creativamente iconoclastas, expectativas anhelantes de democracia. Según Bill Gates, "los beneficios y problemas que surgirán serán mucho mayores que los que produjo la revolución de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

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 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

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

PERFILES DE LA DEFENSORIA DEL LECTOR



El autor de este artículo tiene un año como ombudsman del diario Hoy. Lo que sigue está escrito, sobre todo, a partir de esta experiencia, e intenta desarrollar una reflexión acerca del porqué y el cómo de la Defensoría del Lector, subordinarla a discusión y poner en la balanza las ventajas y los límites de su tarea. Es decir, trazar los perfiles de una institución relativamente nueva en los medios de comunicación.

Numerosos periódicos del mundo han creado una función, la del *ombudsman*, palabra escandinava que designa a la persona que, sin pertenecer al cuerpo de redactores del diario, escucha y examina las quejas de los lec-

tores, juzga la rectitud, y buen sentido de la información, fotos y gráficos del periódico, representa a los lectores dentro de la redacción del diario, aboga por sus derechos a recibir una información veraz, imparcial y transparente. Por ello se la conoce, en otros medios, como defensor o abogado de los lectores.

En el Ecuador, el primer medio de comunicación que creó la Defensoría del Lector fue el diario *Hoy*, lo hizo en 1994. Comenzó la tarea Juan Pablo Moncagatta que permaneció al frente de la defen-

DIEGO ARAUJO SANCHEZ, ecuatoriano. Periodista, docente en la Universidad Católica del Ecuador, ombudsman del diario *Hoy* de Quito.

soría por alrededor de un año. El 31 de julio de 1996, quien escribe estas líneas cumple su primer año a cargo de esta función.

La independencia

El Defensor del Lector es el representante de los lectores ante la redacción del periódico. Ejercer esta función exige, en primer lugar, independencia. ¿Cómo tenerla si el defensor es un funcionario contratado por el propio medio de comunicación? Este es el primer problema que suele plantearse.

La respuesta tiene que ver, en primer lugar, con la ética del diario y de quien ejerce la defensoría. El problema de su independencia no es, en lo fundamental, diverso del que presenta la relación del periodista y los propietarios de los medios de comunicación. También, en este último caso, esa relación puede ser independiente, en primer lugar, gracias a su trasfondo ético. Y este es, al mismo tiempo, la mejor garantía de la credibilidad de los medios.

Pero la independencia, condición básica, debe concretarse en una figura práctica: el medio de comunicación se halla obligado a garantizarla a través del respeto a las reglas que regulan las funciones de la defensoría. ¿Qué condiciones son fundamentales como garantía de independencia? Al menos, dos que tienen que ver con el medio de comunicación, y una con el defensor.

Primera, que el diario posibilite obrar con suficiente autonomía al *ombudsman*. Ni la dirección ni los editores del periódico tendrán, en consecuencia, potestad para revisar antes de su publicación la columna en la que el defensor expone las quejas y opiniones de los lectores. Es práctica habitual, que el director del diario revise los artículos y los acepte antes de publicarlos. La columna de la defensoría no debe estar subordinada a la lectura previa del director y, por tanto, a la eventualidad de cualquier veto. En todos los diarios en los que se ha institucionalizado la función de Defensor del Lector, este mantiene una columna periódica para exponer los reclamos de los lectores precisamente en orden a defender los derechos de ellos a una información veraz, imparcial y transparente.

Segunda, el medio tiene que crear las condiciones para que el defensor re-

presente efectivamente a los lectores dentro de la redacción. Debe asegurar a la defensoría todos los instrumentos para que pueda realizar su función: poner en sus manos las cartas en las que los lectores piden rectificaciones, presenten reclamos o expresen críticas y opiniones sobre el diario; crear sistemas de comunicación permanente de los lectores con el defensor; dar a conocer a este último los errores que se cometan en las páginas del periódico, y facultarlo para que pueda realizar las investigaciones que sean requeridas dentro de la redacción, con miras a cumplir su función. El periódico tiene que crear espacios habituales para que los comentarios y evaluaciones de la defensoría sean conocidos dentro de la redacción del diario.

De su parte, el defensor está obligado a garantizar al periódico su propia independencia; es decir, renunciar a la militancia en un partido o grupo político, no hallarse vinculado a sectores con intereses económicos o comerciales por los que pueda quedar comprometida la independencia de su tarea, ni celebrar contratos con el Estado.

Un estatuto

Hoy elaboró el *Estatuto del Defensor del Lector*. El documento ejemplifica cómo, en la práctica, este diario asegura la independencia de la defensoría. La transcripción de algunos artículos de ese estatuto revela, además, los perfiles que *Hoy* quiso dar a la función de defensoría: facultad de nominación, tiempo, obligaciones y derechos...

"El Defensor del Lector será nombrado por el director del diario *Hoy* para un periodo de dos años que puede ser renovado indefinidamente por periodos iguales. En ningún caso podrá ser removido por causa de sus opiniones, las que expresará en una columna semanal que aparecerá en el primer cuerpo del periódico".

"El Defensor del Lector deberá, al momento de tomar posesión de su cargo, informar a la dirección de *Hoy* si tiene alguna vinculación directa o indirecta con alguna sociedad comercial, religiosa o política y el objeto de la misma. No podrá celebrar contratos directamente ni por interpuesta persona con el Estado. Le está prohibido participar en política y, si lo hiciera, será removido de sus funciones".

"El defensor no podrá aceptar invitaciones de grupos de interés o del Estado, a menos que las mismas sean con fines informativos o pedagógicos".

"En ningún caso las columnas del defensor podrán ser revisadas por la dirección del Diario *Hoy* antes de su publicación. Si esta tuviere reparos a los comentarios hechos por el Defensor del Lector se los dará a conocer con posterioridad a la publicación de su columna. La dirección tendrá derecho a informar en las páginas editoriales de los reparos a los comentarios del defensor, sin que por ello se pueda entender que este deba renunciar a su cargo".

"El Defensor del Lector estará a cargo de todas las solicitudes de rectificación o aclaración que se formulen al diario *Hoy*, como también de las diversas cartas de opinión que envíen los lectores, y queda a su criterio decidir sobre la publicación de las mismas, ya sea de modo íntegro o resumido.

"Para el cabal cumplimiento de sus funciones el Defensor del Lector podrá realizar las investigaciones que creyere del caso, para lo cual podrá exigir de los editores o periodistas que le revelen sus fuentes de información y hablar directamente con ellas. En estos casos, el Defensor del Lector está obligado a compartir el secreto profesional y no podrá dar a conocer tales fuentes, a menos que reciba autorización expresa y por escrito de la dirección".

La función crítica

Cuando un medio de comunicación refleja de modo más fiel a la comunidad, cumple de suyo una función crítica. Pero lo cumple también explícitamente en sus comentarios editoriales, en los análisis y opiniones de sus redactores y columnistas. El propio diario no puede sustraerse al examen que en sus páginas se presenta de la sociedad en su conjunto. Por consiguiente, es fundamental que promueva y acepte la crítica de su propia tarea.

La Defensoría del Lector responde a la convicción de que, para un medio de comunicación, es esencial conocer las opiniones, las necesidades, las percepciones y las reacciones de los lectores.

Desde vertientes sociológicas, históricas o inmanentistas, la crítica ha desarrollado explicaciones genéticas acerca del discurso textual o ha buscado pene-

trar en la naturaleza del propio discurso. En uno y otro caso, el emisor y el signo o el mensaje mismo han centrado toda la atención de la teoría crítica. No obstante, en las última décadas, esta puso mayor interés en el fenómeno de la recepción. La función del lector es un núcleo constitutivo esencial del proceso de comunicación.

No creo que sea una simple coincidencia la revalorización del receptor en las teorías críticas del discurso y el apareamiento de la función del ombudsman en los periódicos. De todas formas, es una feliz confluencia. Porque, además, la función permite canalizar los hábitos críticos de las comunidades. Me parece que el desarrollo de la función crítica entre los ciudadanos es un signo de fortalecimiento de las democracias. Las sociedades cerradas, totalitarias, impiden la crítica, el libre flujo de las opiniones e ideas, la posibilidad de expresar desacuerdos.

Una Defensoría del Lector, se inscribe en aquella perspectiva de fondo: puede servir como un canal, entre el diario y los lectores, que eduque y fortalezca la participación crítica de ellos. Esa función crítica ayuda a crear una relación transparente entre los lectores y la información.

Los lectores tienen derechos frente al periódico. Y pueden reclamarlos a través de la defensoría. Tienen derecho, antes que nada, a recibir una información exacta, veraz, imparcial, a tiempo. Tienen derecho a que esa información no lesione los principios éticos del periodismo ni el buen nombre o la honra de las personas ni su privacidad. Tienen derecho a exigir el manejo responsable de la información, de los gráficos y fotografías, de la publicidad...

No pedir peras al olmo

Como se trata de una función nueva, los perfiles de la defensoría se encuen-

tran en proceso de definición. En estos afanes, vale la pena decir también que no es la Defensoría del Lector pues es muy peligroso y frustrante pedir peras al olmo.

Primero, no es una suerte de auxiliar mágico para que el diario erradique sus errores y entre al camino de la perfección. Frente a la pertinacia de algunas fallas -errores ortográficos y de tipeo, descuidos e inexactitud de algunas cifras- no pocos lectores ponen en duda la función de la defensoría. La tarea del defensor ayuda frente a la redacción del periódico y frente a los lectores. Es posible demostrar con cifras el papel preventivo y de ayuda de la defensoría. La elemental pedagogía del espejo -contemplar las equivocaciones- crea un hábito de observación más cuidadosa en los periodistas. Pero, por supuesto, no garantiza la ausencia de errores.

Segundo, el defensor no es juez que dicta sentencia. Y mucho menos funge de magistrado que indulta o condena, impone sanciones o censura. Su tarea es más clara en el ámbito de la información. En el de la opinión, respeta el Defensor del Lector el libre flujo de las ideas de los columnistas. Por consiguiente, no debe servir como instrumento para flagelar a columnista alguno porque el lector discrepa de tal o cual opinión, participa de estas antipatías o aquellas simpatías.

Tercero, el defensor no es intermedio diario para proponer artículos de espontáneos colaboradores ni para censurarlos. La política editorial y sobre todo, la decisión acerca de los colaboradores son competencia propia de la dirección del periódico.

Cuarto, la defensoría no es una exhibición masoquista y de autoflagelamiento de un diario. Es el reconocimiento equilibrado y honesto de los errores y las debilidades en la práctica de cada día. Sin ocultarlos ni magnificarlos.

Quinto, el Defensor del Lector no es enemigo de los periodistas ni escritores ni el malo de la película frente a la redacción. Por el contrario, defender los derechos de los lectores a la veracidad, la imparcialidad, la exactitud de la información es, a fin de cuentas, la forma más eficaz de defender a los propios periodistas y escritores, cuya tarea como comunicadores cobra pleno sentido precisamente frente a los lectores. ●

DEFENSORIA del LECTOR



Diego Araujo Sánchez

El cantautor Jaime Guevara acudió a esta Defensoría para reclamar por una nota informativa del 18 de junio, en la cual se anunciaba que el PRE había contratado a Piero para la campaña.

El columnista Enrique Valle, en su artículo "Las disculpas de Piero", se hizo eco de esa información al asociarlo con Los Iracundos, el conjunto uruguayo que acompaña a Abdalá Bucaram en su promoción electoral.

Guevara entregó a la Defensoría una carta del artista argentino, que rechaza aquella vinculación y dice: "Al volver de México y pasar por Quito, en escala de vuelo de regreso a mi país, he recibido con absoluta sorpresa la noticia de que en mi ausencia se han divulgado informaciones en las que se afirma que yo me he integrado con mi labor artística a la campaña electoral de uno de los candidatos a la Presidencia del Ecuador. Desmiento categóricamente dicha afirmación y la catalogo como falsa y tendenciosa.

tectado unos dos o tres casos que pusieran en entredicho la decisión gubernamental, éstos se debían, más bien, a abusos o excesos de determinadas personas o funcionarios, antes que a una 'política' dictada por las autoridades de Gobierno.

"Señaló, además, que entre esos excesos lamentables estaba como uno de los ejemplos más flagrantes, el de los habitantes del Putumayo, caso en el que se venía buscando rectificar los errores cometidos"

"El contexto de dichas declaraciones era y es importante considerarlo, pues sólo en él, se pueden apreciar las palabras en su justa dimensión. El ignorarlo distorsiona la verdad y puede dar pie a malas interpretaciones.

"Es lamentable que el o la periodista de HOY se atreva a dar testimonio tan importante cuando no cumple su primera obligación profesional, que es la de ser testigo presencial de los hechos".

En el reclamo de Fausto Jaramillo hay tela para cor-