

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

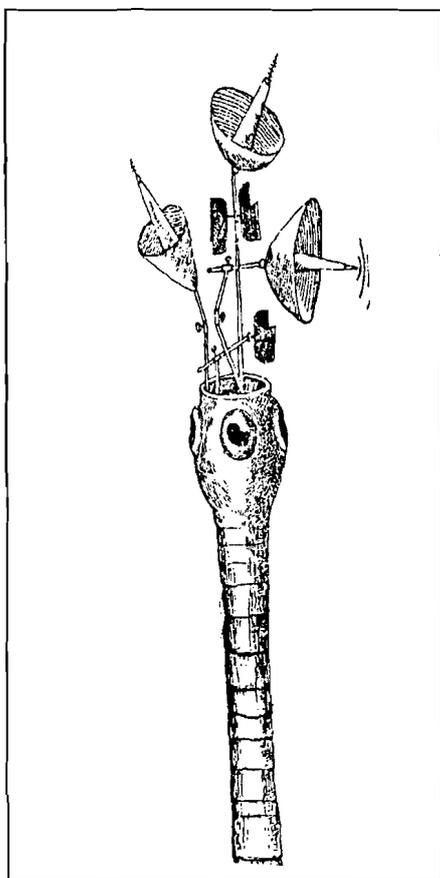
Complejo, polémico e insondable, **El laberinto de la ciberred** provoca adhesiones eufóricamente optimistas, sabotajes creativamente iconoclastas, expectativas anhelantes de democracia. Según Bill Gates, "los beneficios y problemas que surgirán serán mucho mayores que los que produjo la revolución de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

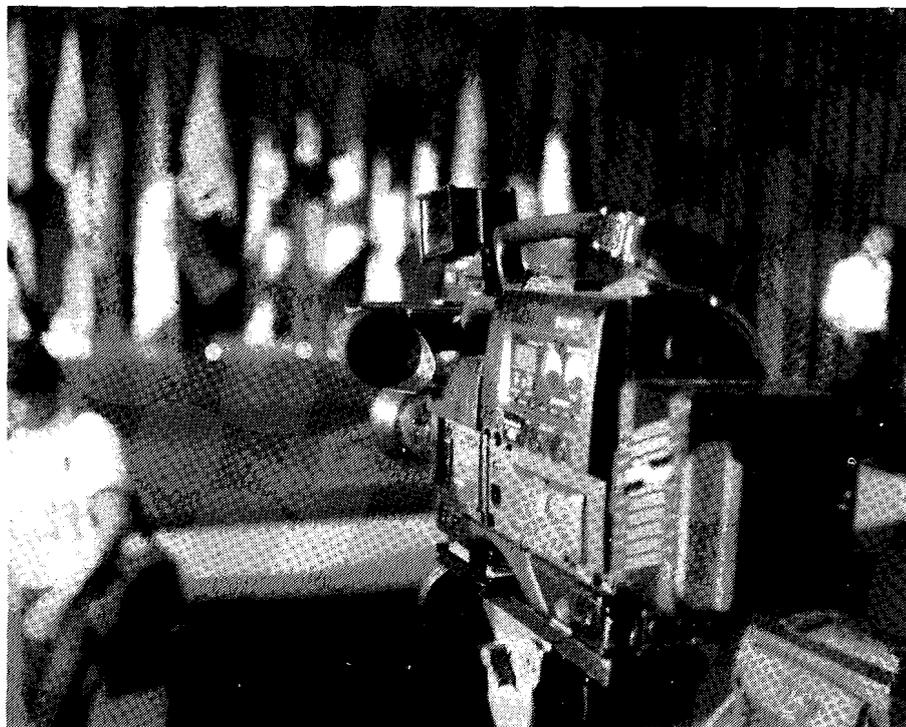
16 El Internet en América Latina
Sally Burch

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 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

El poder de los medios y el OMBUDSMAN



IL·LUSTRACI·O·N: OSWIN

A diferencia de Estados Unidos y Europa, los medios todavía gozan de credibilidad y confianza en América Latina. Sorprendente o no, el hecho es que poseen “demasiado poder, un poder peligroso”, según lo señala un empresario venezolano de medios. El ombudsman aparece, entonces, como una figura que puede controlar ese poder, pero en Venezuela ha tenido experiencias frustrantes. Ante esto, “la sociedad civil tiene que presionar para disminuir el poder de los medios”.

Las últimas encuestas que se han realizado en los países latinoamericanos tienen mucho en común acerca de la opinión sobre algunas instituciones, incluidos los medios de comunicación. Una de ellas

ELEAZAR DIAZ RANGEL, venezolano. Profesor titular de la Universidad Central de Venezuela, ex presidente de la FELAP, director de la revista *Tribuna*.

es del ICP/Research, por encargo de una revista española. Solo en Uruguay más de la mitad (51%) tuvo una buena opinión sobre el Congreso, mientras en Guatemala (9%), Ecuador (11%), Colombia y Venezuela (17% en cada uno) los porcentajes reflejan su descrédito. Algo igual ocurre con los partidos políticos; los índices más altos, con opinión positiva, son los de México (27%), Costa

Rica (27%), Uruguay (25%) y Puerto Rico (24%), pero en seis países son bajos: Guatemala (7%), Ecuador (8%), Venezuela (11%), Perú y Bolivia (13%) y Colombia (14%). Nunca llegó al 30%.

En Venezuela, los índices de credibilidad en los partidos, el Congreso, los empresarios y los sindicatos, desde 1992, aparecen todos por debajo del 8%, mientras la Iglesia, las Fuerzas Armadas

y los medios de comunicación ocupan las posiciones de vanguardia, con más del 50% cada uno. En Colombia, una encuesta realizada por el Centro Nacional de Consultoría, contratada por el diario *El Tiempo*, revela que el 77% de los colombianos cree que los partidos son débiles. Resultados parecidos arrojaron sondeos hechos en México después de los sucesos de Chiapas.

Pero, regresemos a la encuesta de ICP/Research. Ocurre que el 61% de los encuestados tuvo muy buenas opiniones de la Iglesia, y en países como Ecuador (73%), Perú (72%), Costa Rica (70%), Venezuela (68%), Puerto Rico (67%), Colombia (65%) y México (62%) estuvieron por encima de la media. Confianza y credibilidad también merecieron los medios de comunicación. El 58% expresó alto grado de confianza. Aunque en Bolivia fue bajo el porcentaje (16%), todos los demás estuvieron por encima del 58%, y en varios alcanzaron porcentajes muy altos: Puerto Rico (72%), Costa Rica (68%), Colombia (66%), Venezuela (62%) y Uruguay y Guatemala (61% cada uno).

"Es demasiado poder"

¿Cómo explicar tantas positivas opiniones sobre los medios? Necesariamente, hay que asociarlo al deterioro de la opinión sobre los parlamentos, partidos y sindicatos y, en buena parte, sobre el funcionamiento del sistema democrático. El vacío que estos van dejando en la opinión pública lo llenan la Iglesia, los medios y, en algunos países, las Fuerzas Armadas.

Esta nueva realidad descarga sobre los medios una enorme responsabilidad que nunca tu-

vieron en América Latina. En entrevistas a los propietarios de los más importantes diarios venezolanos, casi todos estaban conscientes del enorme poder que concentraban. Esteban Pineda, presidente de *Panorama* de Maracaibo, dijo que deseaba que su periódico volviera a ser lo que siempre había sido, un medio para informar y orientar, y que otras instituciones (partidos, sindicatos) rescataran sus posiciones en la sociedad: "...yo creo que el problema de los dueños de la prensa, de los medios, es qué vamos a hacer con tanto poder, y ojalá todos o la mayoría piense como nosotros; esa enorme concentración de poder no es buena, muchas veces el poder corrompe o degrada".

Miguel Angel Capriles, dueño de la Cadena de Publicaciones Capriles, dijo que "...casi hemos sustituido a los partidos, es demasiado poder, es un poder muy peligroso... el poder de los medios es muy grande ...nos tiemblan, nos tienen pánico los pobres políticos...". Y el dueño del más antiguo de los diarios, Andrés Mata, presidente de *El Universal*, me respondió que "...esa concentración de poder no es porque la prensa necesariamente lo merece, nos hemos convertido en juez y parte porque la justicia no funciona bien en Venezuela, nos hemos convertido en palestra por el ocaso del bipartidismo que no ha creado los ór-

ganos para discutir ideas en forma clara que no sea la prensa, pero esa no es la función de la prensa".

No sé cuál puede ser la opinión de editores en otros países donde se hubiese presentado el mismo fenómeno, pero es de suponer que muchos de ellos tendrán criterios parecidos a los de estos venezolanos. Cabe advertir que este proceso presente en América Latina no se encuentra en Europa o Estados Unidos'.

¿Cómo controlarlo?

Se hacen pertinentes algunas preguntas. ¿Cómo controlar ese enorme poder? ¿Son convenientes mecanismos legales para limitarlos? ¿Existen instrumentos vigilantes de la ética en los medios? ¿Son recomendables y posibles mecanismos de autocontrol, como el *ombudsman*?

Intentemos las respuestas. Ese demedido poder puede ser controlado mediante leyes restrictivas, en ningún caso recomendables en cuanto son una inevitable aproximación a la censura estatal y a los abusos de funcionarios responsables de su aplicación.

A mediados de 1992 se intentó en Venezuela una reforma constitucional que establecía el derecho a réplica, que daba derechos al ciudadano de los que entonces carecía y carece, y limitaba la

concentración de la propiedad de los medios; pero una fuerte y sostenida campaña en los medios obligó al Congreso a engavetarla. En algunos países, y en varios estados norteamericanos, existen los consejos de prensa, una institución británica, nacidos para vigilar la conducta de la prensa, sus comporta-



La prensa "es demasiado poder, es un poder peligroso"

mientos éticos, sobre la cual solo tiene un poder moral que se expresa en críticas privadas o públicas, en exhortaciones y otros pronunciamientos, sin ninguna capacidad coercitiva.

En Venezuela fue propuesto un organismo similar en 1977 por el recién creado Colegio Nacional de Periodistas, pero, pese al apoyo que se recibió de importantes partidos políticos y de la Iglesia, la resistencia de los dueños de los medios hizo que esa iniciativa naufragara. En junio de 1981 se desarrolló un debate en la Cámara de Diputados, donde se propuso la creación de un Consejo Nacional de Comunicación, que concluyó con propuestas de diferimiento. Y en junio de 1986, el partido COPEI, luego de un balance crítico sobre la libertad de prensa durante el gobierno del Dr. Jaime Lusinchi, propuso crear un Consejo Nacional de la Prensa. Todo quedó en las páginas de la prensa.

En Colombia, el entonces Presidente, Alfonso López Michelsen, expresó: "...si el periodismo es un servicio público, ese servicio público debe ser prestado por una entidad de carácter corporativo", integrada por los trabajadores de cada empresa. En esa búsqueda por imponer algunas limitaciones a los contenidos de los medios, en Colombia fue aprobada la ley sobre comunicaciones en 1994, uno de cuyos artículos establece el derecho de rectificación: "El Estado garantiza el derecho de rectificación de informaciones, en virtud del cual toda persona o grupo de personas tiene derecho a exigir al operador o al concesionario de espacios o contratistas de televisión regional que emita una información, que rectifique su contenido cuando considere, con pruebas aportadas al efecto, que la misma sea inexacta y le afecte públicamente sus derechos o intereses...". La ley contempla los mecanismos correspondientes, así como las sanciones.

Aparece el *ombudsman*

En Suecia apareció esta figura. Surgió por iniciativa de los dueños de la prensa, en épocas en que se producían muchos desbordamientos en cierto tipo de informaciones que, aunque seguramente aumentaban sus ventas, generó descontento, críticas y rechazos de demasiados lectores. Ante la posibilidad de que el gobierno o el parlamento dictara

resoluciones o leyes restrictivas, convinieron en crear al Defensor de los Lectores, y fue así cómo acordaron una serie de normas que le dieran independencia y autonomía para recibir y procesar las quejas de los lectores, y ofrecer una relación periódica en el respectivo diario. Esta nueva figura en la prensa fue extendiéndose a Europa, Estados Unidos y, más recientemente, a varios diarios latinoamericanos.

En Estados Unidos existían antecedentes en diarios o revistas cuyas secciones de cartas insertaban a menudo críticas o precisiones al contenido, y la dirección respondía, para rectificar o defender lo publicado. Otros tienen una columna titulada "Rectificaciones", u "Oficina Permanente para Vigilar la Im-

El *ombudsman* surgió en Suecia por iniciativa de los dueños de la prensa, en épocas en que se producían desbordamientos en cierto tipo de informaciones que, aunque aumentaban sus ventas, generó descontento, y rechazos de los lectores. Ante la posibilidad de que el gobierno o el parlamento dictara resoluciones o leyes restrictivas, convinieron en crear al Defensor de los Lectores.

parcialidad y la Exactitud", como las de *The Chicago Sun-Times* y *The Chicago Daily News*. También existen consejos de prensa en algunos estados y, desde 1973, el Consejo Nacional de Prensa para investigar y decidir sobre las quejas en contra de los "proveedores de noticias": prensa distribuida en todo el país, las agencias AP y UPI, y los noticiarios de las cadenas de TV. Pero no se crea que esta tendencia predomina en la mayoría de los medios. En una encuesta de 1973 entre 135 directores, solo "uno de cada 10 respondió que contaban con un *ombudsman*", que generalmente eran los mejores periódicos y revistas. *The Washington Post*, por ejemplo, contrató en 1970, como su primer *ombudsman*, a Ben Bandikian².

El País, de España, creó esta figura en noviembre de 1985, con el propósito "...de recoger y atender las quejas de los lectores de *El País* sobre si el tratamiento informativo que da el diario a cuanto sucede en España y en el mundo es acorde con las reglas éticas y profesionales del periodismo". Se rige por un Estatuto de 13 artículos que fija las normas de su trabajo y garantiza su autonomía e independencia³.

Entre los más antiguos de América Latina está el de *El Tiempo*, que asumió el título de Defensor de los Lectores, con el propósito de "...darle al contenido noticioso del periódico una mayor credibilidad y un servicio a aquellos lectores que se sienten afectados o injustamente tratados por la publicación de una información, que canalice sus quejas y adopte los mecanismos correctivos", de acuerdo a una nota en primera página del 19 de noviembre de 1992. Ha sido un paso importante, conocido como es el poco o ningún interés de periódicos y periodistas en reconocer errores, adulteraciones u omisiones; que, sin embargo, no se ha extendido. *El Espectador*, el otro gran diario colombiano, publicó un artículo que comenzaba afirmando: "Los lectores, los periodistas, los propietarios de los medios de comunicación y las fuentes mismas, están necesitando un *ombudsman*"⁴, pero aparentemente no reflejaba la voluntad de los editores de establecerlo.

El caso de Venezuela

En Venezuela, donde no se leen cartas de lectores que critiquen a un diario,

y son raras las rectificaciones, ha habido dos experiencias frustrantes. La primera fue en agosto de 1987, en *El Diario de Caracas*, que anunció la creación de su *ombudsman*. Pero se inspiró en el de Dinamarca, cuya Constitución de 1953 lo instauró "...para supervisar la administración civil y militar del Estado", definido entonces como "el protector del hombre común y corriente contra la injusticia, contra el despotismo y el uso inadecuado del poder por parte de las autoridades".



Como puede notarse, se trata de funciones muy distintas de las que tienen los *ombudsmen* de la prensa, o de los medios, cuya misión es la defensa de los usuarios, aunque el *ombudsman* danés también se ocupa de estas tareas. Aunque el director de *El Diario*, Joaquín Marta Sosa cuando anunció su creación, escribió que el *ombudsman* podrá "...interactuar con nuestro periódico, haciéndonos los señalamientos que considere pertinentes para corregir, insistir y mejorar el cuerpo noticioso, el estilo, la línea editorial", con lo cual buscaba cambiar "la relación de semi impotencia frente a los medios de comunicación"⁵.

Por diversas razones, entre ellas la falta de hábito de los lectores y, seguramente, el poco estímulo que recibió, la inmensa mayoría de las cartas difundidas en "A sobre abierto" no se referían al contenido del periódico. De las primeras 37 publicadas, solo tres desmentían o refutaban artículos o noticias. El caso es que a poco de iniciarse, por diversas causas, incluida la renuncia del director, la experiencia murió.

La otra experiencia fue mucho más trascendente, entre otras razones, porque afectaba a la televisión. Por una de esas espasmódicas reacciones de la sociedad civil contra la excesiva violencia y la pornografía en la programación de la TV, ante la exhortación que el Ministerio

de Relaciones Interiores les hiciera en febrero de 1995 a los directivos de todas las estaciones televisoras, por la declaración del "II Encuentro de la Sociedad Civil", celebrado en mayo, que demandó mayor intervención del Estado y mecanismos de autoregulación a los dueños de los medios⁶, por los reiterados llamamientos que la Conferencia Episcopal estaba haciendo desde hacía más de dos décadas, y por una "noche de paro de la TV" que se produjo en la ciudad de Valencia, la tercera en importancia; los organismos que agrupaban a las televisoras acordaron y prometieron, otra vez, la aplicación de sus códigos de ética y la creación de un mecanismo de vigilancia. Luego de algunos meses, anunciaron que habían creado la Asociación Venezolana de Televisión, que presidiría el Dr. Carlos Delgado Chapellín, durante tres periodos presidente del Consejo Supremo Electoral, quien asumiría las funciones de vigilar el cumplimiento de los principios éticos, así como de una normativa que el propio Delgado Ch. propuso y ellos aceptaron. Sería el *ombudsman* de la TV venezolana, y así fue saludado. A poco de su designación, cuando intentó impedir la transmisión de películas no aptas para menores en época de medición del *rating*, y ante sus esfuerzos baldíos, debió renunciar, sin que nadie lo reemplazara.

Este hecho apenas fue visto como un episodio en los otros medios, los impresos, que informaron de lo ocurrido. No hubo protestas ni reclamos de nadie o, en todo caso, no trascendieron. El primer ensayo del *ombudsman* en la TV había sido derrotado, sin que aparecieran dolientes. A pesar de que varias instituciones, públicas y privadas, han hecho estudios sobre los efectos de la violencia en la TV y la necesidad de establecer algunos controles, no fue posible que reaccionaran. El

poder de los medios se mostró en toda su magnitud, y demostró cuán desamparados están los usuarios de los medios que ni siquiera han podido imponer un *ombudsman*. ❁

NOTAS

1. En *Le Monde Diplomatique*, no. 503, febrero 1996, su director, Ignacio Ramonet, escribió un artículo sobre los medios europeos en peligro, y ofrece porcentajes de la caída de la confianza en los diarios y la TV franceses, y *Facetas* n° 1, de 1990 (editado por la Oficina de Información de EE.UU.), reprodujo un artículo donde Ted J. Smith III, de *The American Enterprise*, revela cómo de 1985 a 1989 aumentó el número de estadounidenses que desconfiaban de la prensa por sus inexactitudes.
2. "Autocrítica invade la prensa de los E.U.A.", por Edwin Diamond, en el n° 15 de la revista *Horizontes-USA*, editada por USIS, en 1976. Ben Bagdikian es conocido en América Latina por varios de sus libros como *La Conspiración Estéril y otros crímenes de la Prensa y Las máquinas de información*.
3. "El País el periódico de los 90", editado por el diario *El País*, ¿Madrid?, sin fecha.
4. "Se busca un *ombudsman*", de Pastor Viviecas, *El Espectador*, 5-oct.-93.
5. "El Diario de Caracas tiene ahora su *ombudsman*", de Laurentzi Odrizola, el 2-VIII-1987.
6. Jerry O'Sullivan, profesor e investigador de la Universidad Católica Andrés Bello, uno de los ponentes, desarrolló la tesis de que: la sociedad civil tiene en sus manos el poder para disminuir el poder de los medios.