

Revista Latinoamericana de Comunicación

Chasqui

Publicación trimestral
Edición diciembre 2011
Números: 116
Llamada de trabajos: mayo 2011
Aprobación de trabajos: junio 2011
Cierre de edición: noviembre 2011

Comité Editorial

- Fernando Checa Montúfar, docente de la Universidad Andina Simón Bolívar Sede Ecuador, director general del CIESPAL.
- César Ricardo Siqueira Bolaño, docente e investigador de la Universidade Federal de Sergipe (UFS). Presidente de la Asociación Latinoamericana de Investigación de la Comunicación (ALAIIC).
- Ernesto Villanueva, docente de la Universidad de Las Américas de Puebla y miembro de la Fundación Fundalex, México.
- Marcial Murciano, docente de la Universidad Autónoma de Barcelona, España.
- Efendy Maldonado, docente e investigador de la Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinós), Brasil.
- María Cristina Mata, Argentina.
- Gabriel Kaplún, docente e investigador de la Universidad de Montevideo, Uruguay.
- Erik Torrico, docente de la Universidad Andina Simón Bolívar, Bolivia.
- Rafael Roncagliolo, director del Institute for Democracy and Electoral Assistance (IDEA) del Perú.
- Ernesto Carmona, presidente de Federación Latinoamericana de Periodistas, capítulo Chile.
- Bruce Girard, presidente de Comunica.org.
- Gaëtan Tremblay, docente investigador de la Université du Québec à Montréal

Consejo de Redacción

- Gustavo Abad, periodista, comunicador, docente investigador de FLACSO Ecuador y secretario general del CIESPAL.
- Raquel Escobar, comunicadora y coordinadora de Planificación y Sostenibilidad del CIESPAL.
- Alexandra Ayala, comunicadora, articulista de opinión y coordinadora de Investigación del CIESPAL.

Créditos

Centro editorial y Documentación
Raúl Salvador R.

Editor
Pablo Escandón M.
pescandon@ciespal.net

Concepción gráfica
Diego S. Acevedo A.

Suscripciones
Isaías Sánchez
isanchez@ciespal.net

Impresión Editorial QUIPUS - CIESPAL

Consejo de Administración

Presidente
Édgar Samaniego
Rector de la Universidad Central del Ecuador

Luis Mueckay
Delegado del Ministerio de Relaciones Exteriores,
Comercio e Integración

Cecilia Herbas
Delegada del Ministerio de Educación

Héctor Chávez V.
Delegado de la Universidad Estatal de Guayaquil

Embajador Pedro Vuskovic
Representante de la Organización de Estados Americanos

Amparo Naranjo
Secretaria Permanente de la Comisión Ecuatoriana de
Cooperación con UNESCO

Vicente Ordóñez
Presidente de la Unión Nacional de Periodistas

Roberto Manciatì
Representante de la Asociación Ecuatoriana de
Radiodifusión

Susana Piedra
Representante de la Federación Nacional de Periodistas

Fernando Checa Montúfar
Director General del CIESPAL

Chasqui es una publicación del CIESPAL Miembro de la Red Iberoamericana de Revistas de Comunicación y Cultura <http://www.felafacs.org/rederevistas>, Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe en Ciencias Sociales y Humanidades <http://redalyc.uaemex.mx>. Todos los derechos reservados. Prohibida la reproducción total o parcial del contenido, sin autorización previa. Las colaboraciones y artículos firmados son responsabilidad exclusiva de sus autores y no expresan la opinión del CIESPAL.

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

En esta edición



Personaje

5 Alfonso Gumucio-Dagron y sus vasos comunicantes

Alexandra Ayala Marín

9 Alfonso Gumucio-Dagron: activista-analista-herrero apasionado

John Downing

12 El promotor internacional de la comunicación para el cambio social

Luis Ramiro Beltrán

17 Alfonso Gumucio-Dagron: más allá de la euforia tecnológica

José Marques de Melo

21 Gumucio y su cámara, Magdalena abajo

Amparo Cadavid Bringe

25 Andares y pesares: Alfonso Gumucio, poeta

Raúl Teixidó

Observatorios

30 Argentina: Observatorios, veedurías o monitoreos de medios, un desafío de perspectiva, para una calidad de libertad de expresión

Miguel Julio Rodríguez Villafañe

38 La lógica de la mediación y el principio de la autorregulación

Felipe López Veneroni

48 Observatorios: fortalecimiento de la libertad de expresión y reivindicación del derecho a la crítica

Fernando Checa Montúfar

55 Carpintería Periodística: un acercamiento crítico a los medios

Fernando Checa Montúfar

60 El Observatorio Nacional de Medios (ONADEM) de Bolivia, por el ejercicio del Derecho a la Información y la Comunicación

Vania Sandoval Arenas

Mattelart

- 64** De lo internacional a lo mundial: memoria de una trayectoria contradictoria
Armand Mattelart
- 72** “Hay que recuperar la historia y el sentido de las palabras”
Gustavo Abad,
José Villamarín
- 75** Comunicación y movimiento popular. Un momento emblemático. Chile 1970-1973
Michèle Mattelart
- 81** Comunicación, interculturalidad y género: debate sobre el futuro de la humanidad
Alexandra Ayala Marín
César Herrera

Ensayos

- 85** Diez aprendizajes de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias, América Latina y Caribe (AMARC ALC)
Ernesto Lamas
- 94** Ciberactivismo: ¿Utopía o posibilidad de resistencia y transformación en la era de la sociedad desinformada de la información?
Valeria Betancourt
- 98** A propósito de la Ley de Comunicación en Ecuador
Christian Oquendo Sánchez
- 104** La contratación, remuneración y capacitación periodística como herramientas necesarias a tener en cuenta para solventar ‘el oficio de escribir’
Alejandra Busto
- 109** La espectacularización en los noticiarios televisivos
Yadira G. Nieves Pizarro

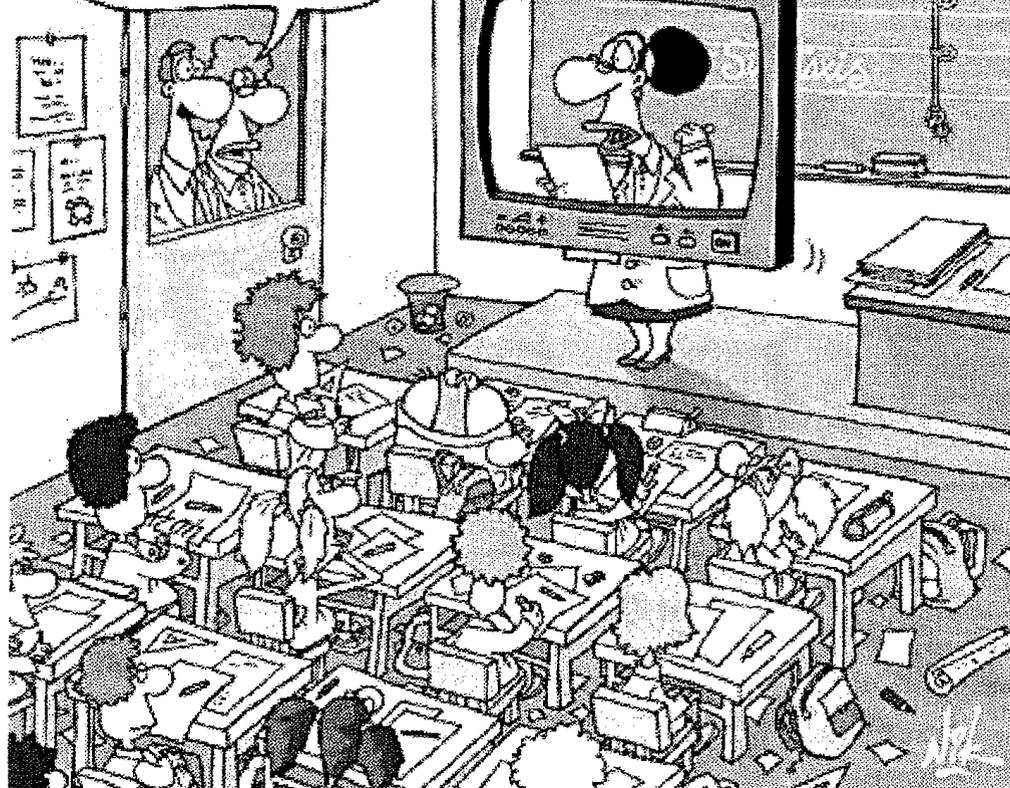
Próximo número

Revista Latinoamericana de Comunicación

Chasqui

Gaturro
escuela.

Y... ES UN POCO INCÓMODO,
PERO ES LA ÚNICA FORMA DE
QUE LOS CHICOS NOS PRESTEN
ALGO DE ATENCIÓN
DURANTE LA CLASE...



www.gaturro.com

Educación y tecnología

Próximo número

Próximo número

Próximo número

Próximo número

propósito de la Ley de Comunicación en Ecuador

Diálogo con Valerio Fuenzalida

Christian Oquendo Sánchez

Candidato doctoral, Programa de Comunicación y Cultura, York University, Canadá.

Resumen

Diálogo con el comunicólogo chileno, quien aborda el tema de la Ley de Comunicación en Ecuador a partir de la experiencia de las transformaciones legales y la vigencia de los medios públicos en Chile. Fuenzalida conoce muy bien ambas realidades y avizora salidas para Ecuador.

Palabras clave: Ley comunicación, medios públicos, medios gubernamentales, industria cultural.

Resumo

Diálogo com o especialista em comunicação chilenos que aborda a questão da Lei de Comunicação no Equador a partir das transformações da experiência jurídica ea validade dos meios de comunicação públicos no Chile. Fuenzalida sabem muito bem ambas as realidades e partida iminente para o Equador.

Palavras-chave: Comunicação lei, meios de comunicação públicos, meios de comunicação do governo, as indústrias culturais.

En noviembre pasado, con motivo de una visita académica que me llevó a Santiago de Chile, tuve la oportunidad de entrevistar a Valerio Fuenzalida, quien es un referente latinoamericano en materia de estudios de recepción. En su trayectoria de décadas trabajó como Jefe de Investigación Cualitativa de Audiencia en Televisión Nacional de Chile y ha sido profesor en la Cátedra UNESCO de Comunicación Social. Al momento es profesor e investigador en la Facultad de Comunicaciones en la Pontificia Universidad Católica de Chile y dirige allí el Diplomado en Estudios de Audiencia, también es el coordinador en Chile del Observatorio Iberoamericano de la Ficción Televisiva (OBITEL).

Entre sus múltiples y más recientes publicaciones se encuentran: 'Melodrama, Subjetividad e Historia en el Cine y Televisión Chilenos de los 90' (U. Católica de Chile, 2009); 'Expectativas Educativas de las Audiencias Televisivas' (Norma, 2005); 'Televisión Abierta y Audiencia en América Latina' (Norma, 2002); 'Visiones y Ambiciones del Televidente. Estudios de Recepción Televisiva' (CENECA, 1989), escrito junto a María Helena Hermosilla.

Considerando la amplia experiencia de Valerio Fuenzalida en relación a la televisión pública en Chile, el objetivo de la entrevista fue conocer sus opiniones acerca de algunos nudos críticos relativos al debate de la nueva



Ley de Comunicación en el Ecuador: la regulación de los medios de comunicación; el rol de los medios públicos; la redistribución del espectro radioeléctrico; las tensiones entre lo local y lo global al nivel de la producción de contenido mediático; y el debate acerca de la posibilidad de hacer medios plurales que subsistan comercialmente.

Las apreciaciones de Fuenzalida resultan esclarecedoras en un momento en el que tras una espera de cerca de dos años, y tras una consulta popular en la que mayoría del electorado aprobó la creación de un consejo regulador de contenidos mediáticos, se está retomando, no sin conflictos, el debate en la Asamblea Nacional del nuevo cuerpo legal que regulará la comunicación en el Ecuador.

COS: ¿Qué opina sobre la posibilidad de viabilizar al nivel de políticas públicas la democratización de la producción, circulación y recepción de significados, y la participación de minorías y grupos tradicionalmente excluidos de los procesos de la comunicación?

VF: Creo que es un principio válido, pero es un principio que hay que traducirlo a niveles distintos porque los medios tienen niveles distintos. Quiero decir que tú no puedes comparar una radio comunitaria o un periódico comunitario o un canal de televisión comunitario con una emisora de televisión nacional, ahí hay un salto muy grande. A mí me parece que estas aspiraciones hay que trabajarlas en sus distintos niveles. Para la radio comunitaria o para televisión comunitaria hay que formular una serie de recomendaciones y formas de organización que serán muy distintas en el caso de Ecuador. Ustedes en Ecuador tienen una estación que el gobierno está tratando de impulsar hacia una televisión nacional. Los medios tienen vigencia histórica y creo que el espacio masivo todavía lo va a ocupar la televisión por un tiempo, no sé, tal vez veinte o cuarenta años. Creo que la televisión, cuando tiene esta capacidad de convocar masivamente, tiene potenciales de comunicación y, por lo tanto, democratizar esta comunicación es distinto a democratizar una estación regional que llega a una provincia o a un municipio de un país. Si bien en todos los niveles tiene que haber participación, las formas de participación van a ser probablemente distintas.

Cuando hubo la reforma de Televisión Nacional de Chile (TVN) en el año de 1992, que fue una ley especial muy discutida, ahí el gobierno perdió la tuición total de TVN y lo "público" fue definido porque hay dos poderes del Estado que iban a mandar en TVN. Y esos dos poderes son el Senado y el Presidente de la República que tienen que nominar un directorio compartido. Se dejó de lado el poder judicial porque dijeron que el poder político está en el ejecutivo y legislativo, no en los jueces. También se dijo que el Senado es un organismo plural, por lo tanto la

pluralidad del Senado tiene que trasplantarse al directorio de TVN y allí debía haber una minoría y una mayoría. Ni el Presidente de la República tiene un poder total sobre TVN, sino que tiene que negociar. Tampoco la mayoría del Senado tiene ese poder. Por ejemplo, la designación del Director Ejecutivo, la autoridad superior de TVN, tiene que ser por cinco de siete votos del directorio, por lo que la mayoría siempre tiene que llegar a un acuerdo con la minoría.

Detrás de estos modelos hay lecturas. Hay una lectura de búsqueda de consenso, de búsqueda de que la mayoría no puede oprimir a la minoría, de que el poder ejecutivo no puede oprimir ni sojuzgar al Senado. Hay una lectura de que los poderes tienen que complementarse y tiene que haber representación plural. Esa es una lectura también histórica. Eso ocurre en el Chile post dictadura. Después de 17 años de opresión violentísima el país dice: no podemos volver a esquemas de opresión, no queremos muerte física del que no piensa como yo, pero tampoco muerte simbólica. En ese sentido hay una ideología. Queremos una sociedad con ciertas características, una sociedad inclusiva en la que quien opina distinto tiene derecho a hacerlo y pensamos, ahí hay aspiraciones utópicas, que discutiendo y conversando podemos llegar a un acuerdo. Eso es una utopía y también puede ser una ideología, al revés de otra ideología que diga que la mayoría o la fuerza revolucionaria va a aniquilar al que no piensa como yo, y esa es otra opción. Una opción que históricamente ha sido lo que ha sustentado las dictaduras de América latina.

Ahí hay también una lectura de que la democratización de un canal público nacional significa que es el Estado, no el gobierno que es la representación política, no la mayoría aniquiladora de la minoría la que va a gobernar este canal; y en este canal la única misión que se le dio es hacer comparecer en su información el pluralismo político representado en el parlamento, lo cual también genera muchas discusiones. Aquí se dijo: la dictadura lo que buscó por 17 años fue eliminar la política, y la política es muy importante como un lugar donde se conversan y se discuten los problemas nacionales. Por lo tanto, ese esquema pasa a ser el esquema de representación en TVN. Ahí hay un directorio que es representativo en términos de la política representada en el parlamento, no representativo de todo el mundo. Pero además la televisión es una industria, una característica de la comunicación del siglo XX. Industria significa gente, significa producción, significa salarios, significa ingresos.

¿Cómo se sustenta esta industria? Ahí viene otra discusión, en muchos países europeos no hay publicidad, sino han buscado financiamiento de otra forma, como por ejemplo vendiendo su señal fuera del país; pero hay



que tener dinero, uno no puede obviar ese punto. Aquí en Chile se llegó a un acuerdo discutible, pero un acuerdo en el que TVN tenía que auto sustentarse a través de la venta de publicidad y de servicios, y no puede recibir dinero del estado, a menos que sean compras: yo le compro esto y le pago esto. Fuera de eso, como una estación que tenía que competir, se le dieron atribuciones administrativas muy flexibles, muy dinámicas, lo cual en 20 años lo ha convertido en el mejor canal de Chile. Es un canal masivo, palabra que le molesta profundamente a la academia tradicional. Ahí hay que hacer una lectura crítica de por qué le molesta, detrás de eso hay resabios de que la conciencia racional es la que tiene que gobernar y no las masas, eso está en el discurso de los académicos y los políticos también. No hay nada de malo con que sea masivo, si hay algo de malo no hubiera democracia porque el voto es masividad.

COS: Una de las cuestiones que se están discutiendo en Ecuador respecto de lo que será la nueva Ley de Comunicación tiene que ver con que debe existir un consejo de comunicación. Hay voces críticas que indican que en este consejo el Ejecutivo, a través de representantes de otros estamentos como el Consejo de Participación Ciudadana y Control Social, podría tener la mayoría y controlarlo. Aquí tenemos un modelo que traduce la diversidad social a un órgano y eso siempre va a ser conflictivo.

VF: Ahí están las especificidades nuestras, ahí viene el aporte de los intelectuales, lo académico; cada país tiene que mirar su heterogeneidad, su diversidad, los problemas de representación y sub-representación y, por lo tanto, formular recomendaciones políticas. Ahí vienen las políticas de representación, cómo podemos asegurar la representatividad de diferentes puntos de vista. También hay un segundo problema acerca de cómo la representación tiene que ir generando grupos operativos más pequeños. Una estación de televisión no puede ser dirigida por una asamblea, la asamblea tiene que delegar la ejecución en un pequeño grupo ejecutivo. Hay líneas que van bajando desde lo más amplio de la sociedad a representantes diversos en un consejo y finalmente, si se va a operar medios y medios grandes que necesitan financiamiento, gerenciamiento, obtención de recursos etc., tenemos que tener un equipo de ejecutivos.

COS: Varios pensadores críticos de la comunicación han expresado la necesidad de promover dinámicas dialógicas que se superpongan a la inequidad que ha caracterizado la historia de América Latina. Es decir, reconocer las capacidades creativas de la sociedad, contribuir al desarrollo de esas capacidades y crear espacios comunicativos para ellas. El continente tiene una historia colonial, dictatorial y esto se ha reflejado en los medios masivos con estructuras verticales y

monológicas. ¿Qué se puede hacer al respecto desde la perspectiva de una comunicación progresista

VF: Creo que ahí nuevamente estos enfoques deberían tener niveles. Primero, pedir que eso a lo que te refieres en tu pregunta lo haga únicamente la comunicación es una utopía, es pensar que la comunicación tiene capacidades omnipotentes. Los medios de comunicación tienen tareas que deben cumplir. Sin embargo, también hay una construcción de mecanismos políticos. Si esas cosas no marchan en paralelo, va a ser muy difícil tener una sociedad más democrática.

Te pongo el caso chileno. En Chile hay un centralismo en que el poder político opera desde Santiago y es muy difícil construir comunicación regional sin construir simultáneamente liderazgo político regional, y a la clase política nacional no le conviene construir liderazgo político regional porque la clase política nacional es la que quiere representar en el parlamento. Los representantes de muchas zonas, por ejemplo Antofagasta a mil quinientos kilómetros de Santiago, ¿quiénes son los representantes?, políticos de Santiago a los que su partido les dice: "En Santiago no hay más que diez cupos, entonces tú vas a ser representante por Antofagasta, tú representante por Valdivia, tú por Concepción"; ¿te fijas? El poder político central no quiere perder su capacidad de representar y por lo tanto inhibe políticamente el surgimiento de líderes regionales porque les arrebataría espacio a los políticos de Santiago. En Chile, TVN ha tenido por años gran dificultad para crear emisoras regionales, como se aspiraba inicialmente, y eso se debe a que los representantes políticos le tenían pavor a una comunicación regional de TVN. Yo lo veo un cambio. Aquí hay que caminar comunicacionalmente, políticamente y económicamente. Si no hay una economía regional fuerte, difícilmente va a haber una generación de recursos económicos capaz de sustentar comunicación y capaz de sustentar una fuerza política. No podemos pedirle a la comunicación todo, tenemos que articular economía, política y comunicación.

COS: Con motivo del debate de la nueva Ley de Comunicación ahora se habla en Ecuador de la concentración mediática y la distribución equitativa del espectro radioeléctrico ¿Cómo ve usted estos temas?

VF: Creo que son temas extremadamente difíciles porque aquí hay intereses muy esclerotizados, muy fijos. Creo que aquí emerge el poder de la televisión nacional. Cuando tú tienes un canal fuerte y masivo el poder de la prensa y de la radio y de los canales privados se ve enfocado a un cierto estándar muy importante. Cuando hay un canal masivo, como hay en Chile, cuya línea editorial es del pluralismo informativo, los demás medios no pueden no



ser plurales porque pierden credibilidad de inmediato. Uno ve que en este país los medios que tenían posturas muy favorables a Pinochet empiezan a centrarse. Tú ves como el reportaje, un género muy importante en televisión, tiene un peso que hoy en día la prensa no tiene, la prensa escrita y la radio no lo tienen, entonces, ¿cuál es el poder real de esos medios? Nuevamente, pienso que en escenarios de profunda rigidez el peso de una estación masiva y esta vigilancia permanente por el pluralismo creo que generan un contrapeso informativo que por lo menos atenúa estas rigideces que van a seguir existiendo por bastante tiempo.

COS: ¿De alguna manera es enfrentar las industrias culturales con otra industria cultural?

VF: Exacto, es un camino.

COS: ¿Qué hay sobre el tema de la distribución del espectro radioeléctrico? ¿Cómo lo ve usted desde el punto de vista de la experiencia chilena?

VF: Creo que el espectro radioeléctrico para la radio, estrictamente en Chile, es un tema muy rígido y también con intereses muy fuertes. En este país con la complicidad completa de la Concertación se entregó el espectro radioeléctrico chileno al grupo PRISA español por una cierta complicidad ideológica. La Concertación hizo sus cálculos, ellos concluyeron: la prensa está en manos de la derecha y ahí no hay mucho que hacer. TVN es un canal plural y la izquierda nunca miró con simpatía el pluralismo; pero hoy en día como la derecha está en el gobierno ahora la izquierda dice que un canal plural es muy útil para el país. Frente a este panorama, en un cierto momento, la Concertación optó por entregar gran parte del espectro radioeléctrico al grupo Prisa.

COS: ¿O sea que empresarios chilenos no podrían poseer el mismo porcentaje de medios en España que ahora el grupo PRISA posee en Chile?

VF. No. No hay reciprocidad; es un tema que ahora está en discusión porque empresarios nacionales de radio quieren que en el momento de la renovación de concesiones se haga valer la reciprocidad. Creo que en la radio la situación está muy cristalizada y hoy día armaríamos conflictos internacionales: redistribuir el espectro radioeléctrico enemistándose con PRISA y España sería una pelea mayor. Queda el espectro televisivo y nosotros estamos en este momento en un cambio gigantesco por dos razones. Primero, por la tecnología digital que aquí se adoptó, como en gran parte de América del Sur, la norma nipo-brasileña, la cual permite tener seis o siete señales en el mismo ancho de banda de 6 Megahercios o dos señales en alta definición. Como se va a operar en la banda UHF, ahí hay una enorme cantidad de cuarenta u

ochenta señales y los proyectos de ley reservan un 40% para emisoras comunitarias, regionales; los canales van a tener sus 6 Megahercios de ancho de banda. Entonces allí va a haber una redistribución del espectro radioeléctrico por una parte.

El espectro japonés tiene una gran capacidad de recepción móvil, o sea la televisión va poder ser recibida en autos, autobuses, trenes, aviones y tiene mucha posibilidad de telefonía como servicios interactivos y la posibilidad de multiplicación de señal. Ahí viene el segundo paso, por ejemplo, una de las cosas que se aspira, y soy uno de los que aspiro a eso, es que TVN se transforme en una empresa que maneje por lo menos seis canales de televisión, que se transforme en un multi-operador y eso significaría tener, por ejemplo, un canal veinticuatro horas noticias todo el día, un canal especializado en información, lo cual permite que la televisión acoja mucho más voces pero con un carácter masivo. Es decir, cuando se discute, por ejemplo los efectos del terremoto y la responsabilidad de las constructoras privadas en la reconstrucción, ahí podrían estar presentes muchas voces que pueden llegar a hablar masivamente de sus problemas. No es solamente la televisión regional de Concepción, que tiene ocho o diez problemas de gran magnitud, pero eso queda allá, eso no es problema nacional. Cuando una televisión es muy pequeña produce lo que se llama el efecto pecera, son los peces girando dentro de la pecera, cuando los peces deberían estar navegando en el acuario de todo el país y diciéndole al país: aquí están mis problemas y si no los ve todo el país, estas empresas que son tan poderosas jamás van a hacer nada porque yo no tengo visibilidad. ¿Te fijas en las contradicciones? Cuando algo no es masivo se convierte en el efecto pecera. De ahí la importancia de un canal 24 horas que pueda tener muchas voces, ampliar la deliberación, ampliar la presentación de problemas, pero ampliarlas masivamente. Hay cosas que son de un nivel pequeño, el problema de una municipalidad puede ser para esa municipalidad; pero en relación al problema de cierta magnitud en que los actores son nacionales (como las empresas privadas constructoras) no pueden quedarse diciendo: esto es un problema chico de treinta o cincuenta propietarios. Ahí tú tienes este punto de la redistribución del espacio radioeléctrico. Hoy día es posible pensar en una televisión nacional multi-operadora que tenga señales regionales, que tenga señales nacionales en información, que tenga capacidad de transmitir nuestra creación cultural que está ínfimamente representada en nuestras pantallas.

COS: Varios autores han expresado la necesidad del desarrollo de políticas nacionales de comunicación que promuevan contenido mediático respecto de la situación de culturas locales más que valores exteriores de naciones hegemónicas; la creación de

agencias de noticias que sean fuente alternativa de información externa; un contenido que refuerce la diversidad cultural local. Este principio se lo comenté a un periodista y me dijo que esto de lo local y lo global no va, porque si lo vemos desde el punto de vista de lo híbrido y que no hay fronteras concretas, es posible que estas reivindicaciones no tengan sentido en el mundo en el que vivimos. Añadió algo más: los actores culturales no piensan en estas divisiones; un literato, por ejemplo, escribe una novela sin considerar estas divisiones. ¿Cuál es su perspectiva acerca de este debate?

VF: Creo que ahí hay aspiraciones que hay que separarlas de los instrumentos. La generación de contenidos locales a mí me parece un principio valioso, pero para generar contenido locales no necesariamente tengo que crear agencias nacionales de información, esas son formulas de 40 años atrás. Esas pasan a ser agencias de propaganda del gobierno de turno. Un canal de televisión es una fuente generadora de información, por lo menos de información al nivel nacional. No hay para qué generar una agencia; los canales de televisión hoy en día tienen corresponsalías: cuando TVN o cualquier canal de este país quiere información de problemas del Perú acuden a su corresponsal, no tienen una agencia. Cuando TVN quiere transmitir problemas de Italia se contactan con ex funcionarios que han trabajado en el departamento de prensa que les entregan información sobre Berlusconi, el Vaticano, pero esos funcionarios son la fuente y no una agencia del gobierno. Los instrumentos son distintos.

Creo que en América Latina se han producido transformaciones muy asombrosas y que a menudo son invisibles para mucha gente que sigue hablando con datos de 40 años atrás. Todo todo el trabajo que nosotros hemos de hecho en OBITEL, el Observatorio Iberoamericano de la Ficción Televisiva, está mostrando, por ejemplo, el altísimo consumo de telenovelas nacionales y latinoamericanas en cada país de los países del observatorio. Entonces, ¿dónde está el imperialismo cultural audiovisual? Eso no existe comparativamente con 30 años atrás. En este país, y en Brasil mucho más, el año pasado algo así como el 55% de la audiencia de la recepción de ficción era de ficción nacional, sin embargo, pero lo que aparece en la pantalla de televisión es otra cosa. Allí, alrededor del 50% de ficción es de procedencia norteamericana, la que es vista por un 17%. ¿Dónde está el imperialismo cultural? No existe en este ámbito. Pero sí existe en el cine de salas. ¿Por qué hay estos desbalances tan fuertes?, ¿por qué en el cine de sala lo que se consume es un 90% de filmes norteamericanos? Aquí en Chile hay una creciente presencia de material chileno y la gente no lo consume, ¿qué pasa ahí?, ¿y por qué consume telenovelas latinoamericanas que han sido habitualmente despreciadas por la academia que ha

dicho que es un producto femenino, popular y del tercer mundo?

COS: ¿Pero cuál sería el rol de la regulación respecto a esto? Por ejemplo, en el Ecuador ahora una de las ideas que se ha sugerido incorporar a la nueva Ley de Comunicación es del 1 x 1 en la radio, es decir que por cada canción extranjera tiene que tocarse una canción nacional. Se ha abierto un gran debate y hay gente que dice que para hacer eso necesitamos industrias culturales, un aparataje que no lo tiene el país. En el Ecuador la producción discográfica es bastante reducida, ¿qué hacer con eso para que la idea sea viable? Alguien me dijo: en el Ecuador si se quiere hacer el 1 x 1, se va a tener que crear un equivalente a Televisa porque no hay otra manera. ¿Cuál es su perspectiva acerca de estos nudos críticos?

VF: Creo que lo único que hay que hacer es primero discutir esto porque cada país es distinto. Creo que incluso Ecuador, desde el punto de vista de la música, tiene mucha más producción y mucha más riqueza que Chile. En Chile se ha intentado el 5 x 1: una canción nacional por cinco extranjeras. Eso todavía está en discusión y el gobierno no quiere aprobar eso pues tiene derecho de veto. Eso también supone que la radiodifusión de la música es muy importante y estamos en un momento en que la difusión es por Internet. En este país se le da un disco de platino, o sea el máximo galardón, a un artista que ha vendido 10,000 copias, y hay gente que descarga por Internet 80,000 veces la canción y el artista no recibe galardón por eso, es decir, las formas de circulación están cambiando. Creo que necesitamos discutir más. Hago una propuesta de obligar, por ejemplo, a la Sociedad Chilena de Derechos de Autor, que es la que recopila todos los derechos de autor, a tener una enorme central de música chilena en la web y quien quiera bajarla lo hace por un precio módico. Aquí hay mucha gente que está subiendo su material y pide por ejemplo 20 centavos de dólar, y hay gente que paga. Los jóvenes están mucho más dispuestos a eso porque arman su colección personal de música. Entonces, hay que discutir más de estas cosas porque son tan cambiantes, tan fluidas que hay que discutir mucho más.

COS: Hay una vieja crítica acerca del discurso que iguala mercado de ideas con libertad de expresión. Esto se relaciona con el deseo de regular la comunicación y evitar los abusos de los medios grandes respecto de cómo producen su contenido. Uno de los argumentos de los medios es que si a sus destinatarios no les gusta lo que ellos publican, siempre pueden dejar de comprar el periódico o cambiar de canal. Por otro lado, está su tesis Valerio en el sentido de que a las industrias culturales hay que contrapesarlas con otras industrias culturales y

que además deben tener publicidad. Sin embargo, el momento en el que una estación televisiva comienza a aceptar publicidad eso obviamente tiene un impacto en su programación porque le cambia la lógica a la producción de su contenido. ¿Cómo ve usted esto?

VF: Vuelvo a la idea de que creo que en América Latina, nuestras sociedades, que no son Estados Unidos ni Europa, necesitan, Chile necesita, una televisión pública muy fuerte, muy masiva donde haya pluralismo de ideas. Porque los demás medios como son privados no van a tener esta mirada de debate plural. Ellos van a tener intereses políticos, económicos. Creo que la expresión de ideas se fortalece cuando hay un medio muy potente que tiene mecanismos de regulación internos y externos para garantizar esa expresión plural de ideas. Eso influye como un contrapeso en el resto de la sociedad. Creo que esa ha sido nuestra experiencia en Chile, la que obviamente no les gusta a muchos políticos porque ellos quieren que sus ideas tengan preeminencia y a ningún político le conviene el pluralismo. Tengo una visión muy pesimista de la política. La política es un conflicto de intereses: si yo puedo hacer que ese conflicto me beneficie a mí, lo voy a hacer. Es por eso que ellos tienen este doble discurso: el discurso del pluralismo como un valor social, pero en la

práctica no. Por eso tienen que haber mecanismos muy fuertes, esto no puede ser entregado a la buena voluntad del ministro de turno o el director de turno.

COS: ¿Se puede ser pluralista y que a la vez un canal tenga un atractivo comercial?

VF: Sí, TVN es un ejemplo. Hay otros mecanismos, no solamente está ese mecanismo. La BBC no tiene publicidad, pero tiene un fuerte mercado exportador donde vende y eso le permite tener un "fee", un canon interno relativamente bajo, porque ahí un dinero que está llegando desde fuera. Puedes vender formatos, en fin, hay muchas maneras de generar ingresos.

Segunda cosa, cuando un medio es muy poderoso, por ejemplo, en Chile si Coca-Cola el día de mañana le dijera a un canal: ustedes hicieron un reportaje que no me gustó y vamos suspender la publicidad de ustedes, ¿qué crees tú que le pasaría la Coca-Cola? En Chile probablemente los que estarían felices serían los de Pepsi-Cola porque ellos dirían: se hizo invisible nuestra gran competidor, se hizo invisible para un tercio de de la audiencia. Tú no puedes castigar a un medio potente porque te aniquilas a ti mismo. ☹

MEDIACIONES

para el análisis y la lectura crítica de los medios

El periódico digital del Observatorio de Medios del CIESPAL

Hacemos una observación crítica, propositiva, pedagógica e independiente de los poderes económicos, políticos y mediáticos.

Tanto los medios públicos como los privados están bajo nuestra mirada rigurosa, equilibrada y profesional.

Por que la ciudadanía tiene el derecho a la crítica mediática

www.ciespal.net/mediaciones