

Carta a nuestros lectores

Ponemos a consideración de nuestros usuarios la edición N° 100 de la Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui, que trae como tema central la investigación en la comunicación, tratado por dos especialistas de renombre, como son Luis Ramiro Beltrán y José Marques de Melo, quienes analizan el desarrollo de la investigación desde las cuatro últimas décadas, destacando la responsabilidad del comunicador como generador de mensajes con proyección más allá de lo aparente.

El desarrollo tecnológico de los medios de comunicación exige mayor apertura y agilidad en las fuentes informativas, tema que es analizado por José Zepeda Varas y Daniel Prieto Castillo, quienes detallan el derecho a la comunicación como importante soporte de los periodistas a la hora de realizar su trabajo.

Fernando Veliz, desde Chile, nos invita a reflexionar sobre el desarrollo alcanzado por el conocimiento social respecto de su propia realidad, sobre la base de los cambios que la historia recoge a lo largo de los siglos, teniendo como denominador común a la comunicación como lazo de relación entre los seres humanos y entre éstos y su entorno.

La crisis económica que agobia a un alto porcentaje de la humanidad ha obligado a desarrollar estrategias económicas para combatirla, y Fabiana Feijoo rescata el papel de la comunicación para activar procesos de apoyo económico social, como los microcréditos.

Los altos sitiales alcanzados por las grandes corporaciones transnacionales han dado lugar al apareamiento de mitos y leyendas que, muchas veces, provocan el rechazo a la imposición de sus intereses mercantiles, situación que es analizada en buena forma por el argentino Miguel Santagada.

El uso del marketing por parte de organismos seccionales, como herramienta para generar imagen y captar recursos del sector privado, que les permitan realizar obras, es un tema que lo trata a profundidad la catedrática mexicana Amaia Arribas Urrutia, quien enfoca este tema como alternativa para fortalecer a las arcas municipales.

La incursión de la televisión digital en América Latina es cuestión de tiempo, pues lo analógico pasará a la historia cuando lo digital se imponga como una realidad que el mundo desarrollado ya está disfrutando, aunque para esto se deban cambiar los conceptos de televisión e incluso la forma de vida, pues su disfrute dependerá, además, de la capacidad económica para acceder a un televisor de alta definición, según un análisis de Fernando Fuentes.

Un tema recurrente en nuestros países latinoamericanos es el referido a la defensa del periodismo profesional, acción que tiene varias aristas que son consideradas en un ensayo bien logrado por parte del español Ángel Arrese, quien reivindica para el lector los beneficios de un trabajo profesional por parte de los comunicadores.

Al igual que en ediciones anteriores, el número 100 de Chasqui presenta contenidos que, estamos seguros, serán un gran aporte para la actualización de conocimientos referidos a la comunicación y el periodismo, como el uso del artículo como género persuasivo para la comunicación política, que lo escribe Rafael Yáñez Mesa, el impacto de la publicidad en los jóvenes, y la oferta bibliográfica en temas de comunicación y periodismo.

Consejo de Administración



Presidente

Víctor Hugo Olalla P.
Universidad Central del Ecuador

María Isabel Salvador
Ministra de Relaciones Exteriores,
Comercio e Integración

Raúl Vallejo C.
Ministro de Educación

Héctor Chávez V.
Universidad Estatal de Guayaquil

Hugo Saguier C.
Organización de Estados Americanos

Patricia Ashton
Comisión Nacional de UNESCO
para los países andinos

Héctor Espín R.
Unión Nacional de Periodistas

Freddy Moreno M.
Asociación Ecuatoriana de
Radiodifusión

Yolanda León T.
FENAPE

Edgar Jaramillo S.
Director General del CIESPAL

Teléfonos: (593-2) 250-6149 - 250-6148
Fax (593-2) 250-2487

web: www.ciespal.net
www.chasqui.comunica.org
weblog: www.revistachasqui.blogspot.com

Apartado Postal 17-01-584

Quito - Ecuador

Registro M.I.T., S.P.I. 027
ISSN 13901079

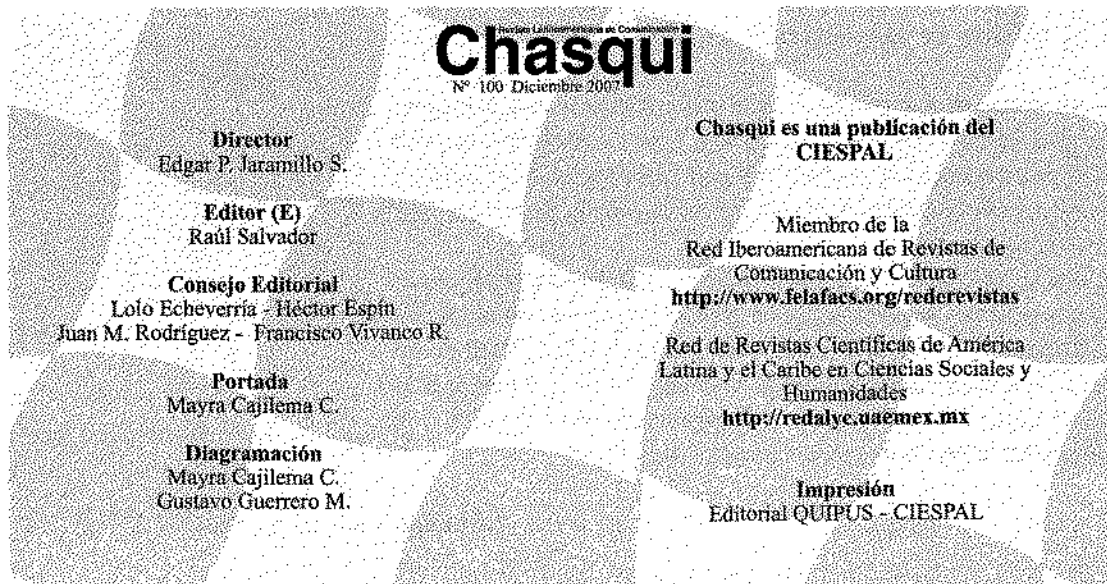
CONTENIDO

	Pág.		Pág.
Páginas de grandes periodistas		Marketing municipal	
<i>Juan Gargurevich</i>	3	<i>Amaia Arribas Urrutia</i>	40
Portada		En defensa del periodismo profesional	
Temas y objetivos de investigación en la comunicación de ayer		<i>Ángel Arrese</i>	46
<i>Luis Ramiro Beltrán Salmón</i>	4	Compras y fusiones mediáticas a nivel mundial	
Reto de la investigación latinoamericana en comunicación		<i>María Helena Barrera-Agarwal</i>	52
<i>José Marques de Melo</i>	8	Prensa	
Opinión		El artículo, un género persuasivo	
Dos apostillas a la libertad de expresión		<i>Rafael Yanes Mesa</i>	58
<i>Antonio Pasquali Greco</i>	14	Televisión	
Ensayos		Televisión digital, los olvidados de la revolución	
El derecho a la comunicación		<i>Fernando Fuente-Alba Cariola</i>	64
<i>José Zepeda Varas y Daniel Prieto Castillo</i>	16	Investigación	
Comunicación, organización y narrativas: Construyendo desde la seducción		El impacto de la publicidad de cigarrillos en menores de edad	
<i>Fernando Veliz Montero</i>	22	<i>Juan Felipe Mejía Giraldo</i>	70
Comunicación para activar el microcrédito y combatir la pobreza		Comunicación Organizacional	
<i>Fabiana Feijoo</i>	28	Comunicación corporativa en empresas chilenas	
Leyendas mercantiles y sabotaje a las corporaciones		<i>Dino Villegas y Alejandro Kemp</i>	76
<i>Miguel Santagada</i>	34	Periscopio Tecnológico	82
		Bibliografía sobre Comunicación	86
		Actividades del CIESPAL	92

Las colaboraciones y artículos firmados son responsabilidad exclusiva de sus autores y no expresan la opinión del CIESPAL.

Todos los derechos reservados.

Prohibida la reproducción total o parcial del contenido, sin autorización previa de Chasqui.



Chasqui

N° 100 Diciembre 2007

Director
Edgar P. Jaramillo S.

Editor (E)
Raúl Salvador

Consejo Editorial
Loío Echeverría - Héctor Espín
Juan M. Rodríguez - Francisco Vivanco R.

Portada
Mayra Cajilema C.

Diagramación
Mayra Cajilema C.
Gustavo Guerrero M.

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>

Impresión
Editorial QUIPUS - CIESPAL

El caso chileno

Televisión digital, los olvidados de la revolución

Chile está ad portas de decidir la norma del nuevo sistema de transmisión de televisión que, según programación oficial, imperará en el país desde el 2014, cuando se concrete el apagón analógico. Intereses políticos, técnicos y económicos han primado en foros y seminarios, sin embargo se han olvidado de incluir a los actores más importantes en el debate: los propios televidentes.

Fernando Fuente-Alba Cariola ■

Don Domingo vive hace 50 años al interior de Hualqui, un sector rural de la región del Bío-Bío, la segunda más importante de Chile. En su televisor analógico ve solo tres canales de los siete que se transmiten por televisión abierta, puesto que los cerros y árboles de su comuna le impiden recibir otras señales con calidad. Esto, pese a que ya han pasado 47 años desde que la televisión abierta irrumpiera en Chile. De hecho, las primeras transmisiones oficiales se hicieron en canales universitarios en el segundo semestre de 1959.

Fernando Fuente-Alba Cariola, chileno, periodista y Licenciado en Comunicación Social, Master en Comunicación Audiovisual y Nuevas Tecnologías, docente de la Escuela de Periodismo, Universidad Católica de la Santísima Concepción, Chile.
Correo-e: ffuentealba@ucsc.cl

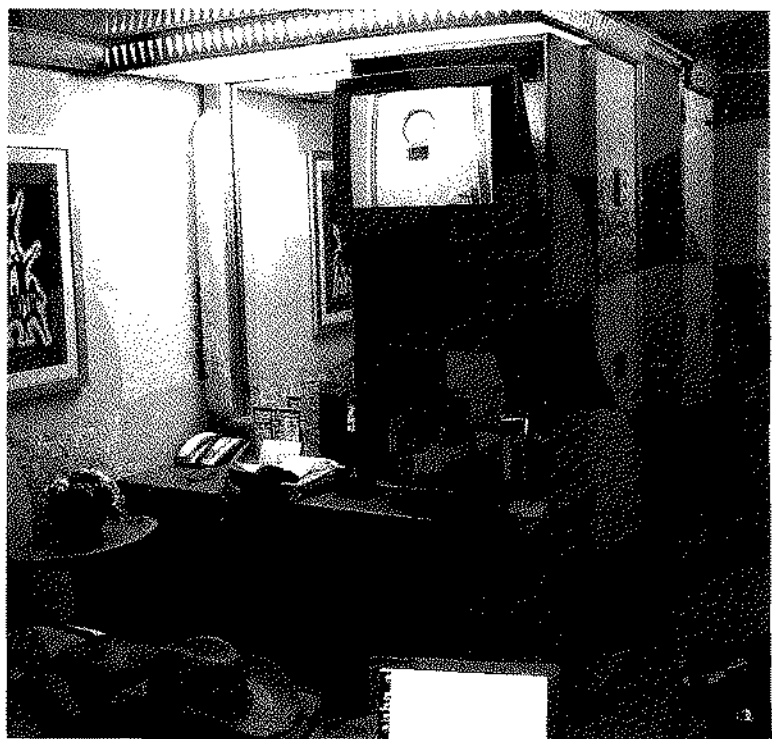
Hoy, cerca del 98 por ciento de los hogares chilenos tiene un aparato de televisor, una evolución tremenda si se toma en cuenta que en los primeros años ni siquiera se discutió la norma técnica por utilizar. Los primeros aparatos en llegar al país eran norteamericanos y venían adaptados a la norma analógica NTSC (*Norteamerican Television System Comitee*), por lo que el mercado inclinó la balanza hacia ese sistema. Varias décadas después, todo indica que nuevamente será el mercado el que determinará el futuro de la televisión en Chile. De hecho ya algunas televisoras comenzaron a cambiar sus equipos y a adquirir transmisores ATSC, la norma digital estadounidense de televisión Standard, una forma de presión que se reforzó con insertos publicitarios de la Asociación Nacional de Televisión (ANATEL), que sugieren las ventajas de la norma norteamericana con respecto a otras normas como la Europea DVB o la Japonesa ISDV, todo esto, mucho antes que la Subsecretaría de Telecomunicaciones y Transporte de Chile elija la norma que determine el sistema de televisión digital.

Técnicamente la norma de transmisión sí tiene importancia. De su elección dependen factores como la calidad de la señal, la cantidad de "canales" que pueden transmitir por el ancho de banda y también el determinar si la imagen puede ser recibida de buena manera en aparatos móviles como celulares o televisores portátiles. De la norma, también dependerá la inversión que hagan el Estado, las televisoras, los canales locales, las productoras de televisión y, en consecuencia, los televidentes que reciban la señal. Las normas determinan no solo la señal de transmisión, sino también la naturaleza de los equipos de grabación, edición y recepción. De ahí su importancia y de ahí también el gran interés comercial que despierta el que un determinado país elija una norma en particular.

Los cambios que vienen

Miquel Francés, en su libro *La Producción de documentales en la era digital*, ya anticipaba que

la evolución, además de costosa, no fue lo rápido que se quería. Han sido cuatro décadas de experimentos que por fin están dando frutos para lo que ha sido llamada la revolución de la televisión. Dentro de los cambios más importantes está que las normas analógicas, que actualmente transmiten televisión, serán reemplazadas por sus pares digitales. Esto se traducirá en que la señal eléctrica con datos infinitos entre 0 y 0,7 volt se convierta en una señal informática compuesta por ceros y unos, transformando el sistema a código binario y, de paso, también la relación entre los televidentes y emisoras.



Uno de los cambios que va a impulsar la revolución es la Multiplexación o Multiplexión, que permite que por el mismo ancho de banda ocupado por un canal analógico se puedan transmitir cinco o seis canales digitales, además de Internet, radio y teletexto. La multiplexión es posible, ya que la señal digital, al ser informática, se puede comprimir, lo que se traduce en que ocupa menos espacio en el

radioespectro, dejando lugar para otras estaciones.

Esta característica beneficiará directamente a los canales de televisión los que, si mantienen su ancho de banda, lograrán tener más espacio para ingresar otras señales de la misma estación televisiva, iniciando la anhelada *televisión temática*. Así podrá existir, por ejemplo, un canal dedicado solo a la mujer y otro a los niños, permitiendo que sea el televidente quien escoja la naturaleza de la programación que quiere ver.

El nuevo sistema de la televisión no es solo un cambio tecnológico, implica una nueva concepción de ella

El nacimiento de la televisión temática en la televisión abierta chilena, actualmente presente solo en cable, transformará la relación de todos quienes se relacionan con el mundo de la televisión, y en ellos se incluye a don Domingo y a todos los habitantes del país, que podrán prender su televisor y ver exactamente el estilo de programación que prefieran. La televisión temática también beneficiará a las agencias de publicidad, que tendrán un público cautivo mucho menos heterogéneo, logrando que la publicidad esté más focalizada y logre un impacto más directo.

La televisión temática ayudará a los auspiciadores porque, al aumentar las parrillas programáticas, el valor de los precios de las franjas de publicidad en televisión, actualmente inalcanzables para pequeños y medianos

empresarios, tenderá a la baja, facilitando el ingreso de spots dirigidos a segmentos específicos y beneficiando a las productoras de televisión que elaboren dichas piezas publicitarias.

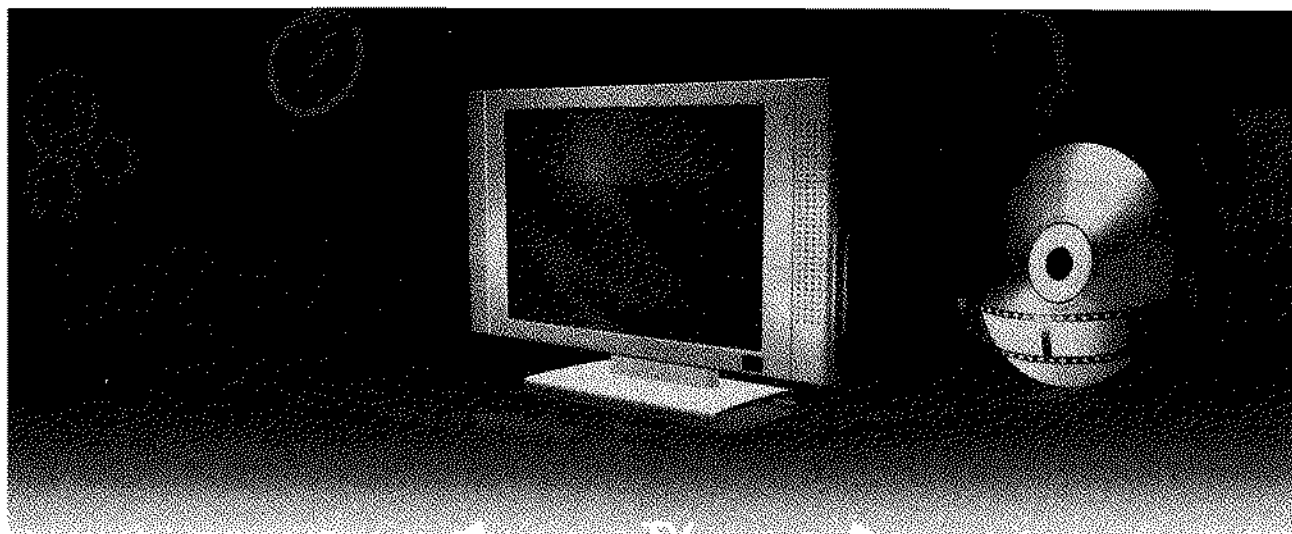
Entre las oportunidades que se abren con la llegada de la televisión digital, hay una que los productores audiovisuales independientes no pueden dejar pasar. Actualmente, es casi imposible que pequeñas productoras de televisión coloquen un programa cultural en la televisión abierta. La parrilla programática es mínima para esta clase de iniciativas. Con la televisión temática podrán contar con un canal dedicado solo a ese tipo de programación y que quizás funcione las 24 horas del día.

Los verdaderos ganadores

Independientemente de las ventajas técnicas del nuevo sistema, uno de los grandes cambios es la posibilidad de pluralizar los contenidos de la televisión y acercarlos a todos los ciudadanos. La división político-administrativa de Chile actualmente lo fracciona en 15 regiones. Sin embargo, las televisoras de cobertura nacional destinan más del 70 por ciento de sus noticieros a la cobertura de noticias ocurridas solo en la Región Metropolitana, postergando a las otras 14 regiones de la agenda noticiosa.

A diferencia de otros países, Colombia ha entendido la importancia de la identidad local y cultural, y ha dado espacio a canales comunales en señal abierta, además de subsidiarlos para que sigan existiendo. En Chile, en tanto, la mayoría de esos canales locales transmiten a través del cable, vínculo de transmisión que solo se remite a las concentraciones de población y a un estrato económico medio alto, limitando el acceso a contenidos locales a un determinado y minoritario número de pobladores.

Intentar terminar con esa problemática es tarea de la televisión digital. La multiplexión, al permitir más canales por el mismo ancho de



banda, conseguirá que estaciones locales que durante décadas han transmitido por cable, tengan ahora acceso al radioespectro.

Los puntos pendientes

Independientemente de la técnica, se hace necesario discutir cuestiones de fondo, y en ese proceso se encuentran varios países de Latinoamérica como Uruguay, Colombia y Perú, que ya han creado comisiones multidisciplinarios para enfrentar el desafío tecnológico que viene, pues han entendido que el nuevo sistema de televisión no es solo un cambio tecnológico, sino que también implica una nueva concepción de ella, lo que incluye solucionar problemas como la falta de identidad de los contenidos, la calidad de la programación, la descentralización de las noticias y la entrada de los canales locales como nuevos protagonistas al espectro.

Un ejemplo que imitar es Colombia, país que creó un comité de estudio que se preocupa de analizar el tema sobre la base de un marco que aborda la técnica, el cambio social, el sistema regulatorio y la economía. Ese comité colombiano de estudio está formado por diferentes organizaciones de los más diversos ámbitos, desde la ministra de Comunicaciones hasta académicos universitarios. La meta final, comprendiendo la importancia de la implantación de la televisión digital, es responder la interrogante de cómo hacer atractiva la televisión

digital para que la gente compre un *set top box*, lo que se solucionaría en parte gracias al simulcast, es decir, que funcionen simultáneamente una señal digital y otra analógica de la misma estación televisiva, acompañadas de una economía de escala y sinergia entre operadores.

Sin embargo, el máximo desafío colombiano y de la mayoría de los países latinoamericanos es la pluralización de contenidos. Por ello Colombia está empeñada en fomentar la producción local, implementando fondos concursables y apoyando géneros neurálgicos como la televisión de opinión y la televisión infantil.

En Latinoamérica son muy pocos los que podrán adquirir un televisor digital de alta definición

Entonces, ¿qué norma elegir? Quizás sea conveniente escuchar a los ciudadanos, que a la larga son los usuarios finales del sistema, pero, aunque suene increíble, son los más marginados

Los ciudadanos que son los usuarios finales del sistema, son los más marginados del debate

del debate. Hay que preguntarse entonces si a esta altura a don Domingo, representante del ciudadano medio latinoamericano, le interesará ver las noticias que incluyan las lluvias y smog de la capital en un sistema de alta definición, o si desea una televisión más cultural, más educativa, abundante en documentales y, sobre todo, con mucha programación e información local, lo que no solo será una oportunidad para descentralizar los contenidos de la televisión, sino también se convertirá en una ventana para que productoras locales exhiban sus productos audiovisuales

Algo que ha reconocido el propio Ministerio chileno de Educación que, por boca de su directora del área rural, Beatriz González, ha planteado como necesidad que "los niños aprendan a conocerse más a sí mismos y fortalezcan sus procesos identitarios, su comunidad de origen y su entorno natural".

La ley

La ley es otro de los puntos por solucionar. El artículo 15 de la ley 19.131 de 1992, impide claramente el *simulcast*, manifestando que *no podrá adjudicarse concesión nueva alguna a la persona jurídica que sea titular de una concesión VHF o que controle o administre a otra concesionaria de servicio de radiodifusión televisiva de libre recepción VHF, en la misma zona de servicios del país.*

Otro tema de no menor importancia es la llamada economía de escala para acceder a la nueva televisión. Las diferentes normas que se

pelean por ingresar al mercado televisivo latinoamericano ya han ofrecido una suerte de subsidio, que permitirá absorber en parte el impacto que signifique adquirir un set top box que le permita a un aparato analógico recibir también señal digital, pues está claro que en Latinoamérica son muy pocos los que podrán adquirir un televisor digital de alta definición. En pocas palabras, una alternativa bastante inteligente de los fabricantes, si se compara la inversión inicial con las ganancias finales que arrojará la adquisición de futura tecnología por parte de los receptores.

Finalmente, y para cuando la televisión digital se convierta en realidad, será necesario que la transición sea extensa y que el simulcast sea una alternativa. Es necesario que las grandes estaciones de televisión tomen en cuenta la realidad social de Chile y de Latinoamérica en general, y transmitan un canal analógico y otro digital a la vez, para que así la transición de don Domingo de su televisor analógico a una nueva señal digital no sea tan dura. De lo contrario, con el apagón analógico, lo más seguro es que por algunos años lo único que verá será un negro absoluto en la pantalla de su televisor.



El máximo desafío de la mayoría de los países latinoamericanos es la pluralización de contenidos

Es importante manifestar que la técnica, sea de una señal digital o analógica, sea de decenas de canales o de solo tres por área de cobertura, lo vital, como expresa John Hartley en su libro *Los usos de la televisión*, es que la discusión acerca de la televisión digital debe centrarse sobre el discurso de lo que traerá consigo, esto es, la satisfacción a la necesidad de integración nacional y la promoción de la cultura en sus contenidos.



Lamentablemente y por ahora, al latinoamericano común se lo ha bombardeado con la técnica que incluye los ceros y unos y el acceso que se tendrá a la futura interactividad. Algo complejo y que a la larga importa muy poco si se compara con el origen educativo de la televisión, medio de información cuyos contenidos no solo deben entretener, sino también educar y rescatar nuestra propia cultura. ■

Uruguay adoptó norma europea

Mediante decreto firmado en agosto por el presidente Tabaré Vázquez y el ministro de Industrias, Jorge Lepra, Uruguay adoptó el estándar DVB-T para los servicios de televisión terrestres y abiertos, convirtiéndose así en el primer país latinoamericano en elegir el estándar europeo, luego que Brasil eligiera el modelo japonés (ISDB) y México y Honduras el norteamericano (ATSC).

La decisión se tomó tras un proceso de consultas a diversos sectores empresariales y sociales que integraron una Comisión Nacional de Televisión Digital, que asesoró al Ejecutivo en lo relativo a la digitalización del servicio de televisión abierta.

El subsecretario de Industria, Martín Ponce de León, declaró que se trata de "una gran oportunidad tecnológica que permite el desarrollo de productos para los que el país tiene excelentes condiciones", como la producción de software y aplicaciones.

María Simón, presidenta de la telefónica estatal ANTEL, explicó que el estándar europeo tiene mayor compatibilidad con la norma GSM que utilizan los celulares en Uruguay, y requiere de equipos menos costosos, permitiendo emisiones de canales de aire y a celulares.

Decreto presidencial uruguayo en: http://legislaciones.amarc.org/URU_Seleccion_Norma_TVDigital.pdf

Fuente: AMARC-ALC