

# CRONICA DE SUS 20 AÑOS

*Al Consejo de Redacción de Comunicación,  
amigos todos.*

*«El Sexto Sol ha nacido de los elementos de  
los cinco soles anteriores. Desde el momen de  
su nacimiento, este Sol andará camino...  
Lo cual sucederá en un día como hoy de aquí  
a mil años»*

*(Homero Aridjis, México, 1994)*

## I

Corría el año de 1975. Más exactamente el primer trimestre de ese año. Veníamos precedidos de una década y de unos aires en donde la utopía, la idea de los necesarios cambios sociales, las revoluciones y no sé cuántas cosas más estaban a la orden en todas nuestras reflexiones, conversaciones de café, encuentros de cine y teatro y, en fin, en torno a lo que eran nuestras vidas y movidas de la época. Las ideas eran muchas y las expectativas más, pero las concreciones resultaban escasas y las desesperanzas comenzaban a cultivarse.

Aun así, en el país veíamos un inesperado crecimiento petrolero y una cuadruplicación de sus precios. Era el tiempo de la Ley de Nacionalización de la industria petrolera y de la industria del hierro. Se decía que había la necesidad de «administrar la abundancia con criterio de escasez», pero nos hicieron creer en la imagen de la «Gran Venezuela».

Fue el tiempo de las exageradas discusiones macro-supra-internacionales: del Nuevo Orden Económico Internacional, de su corolario Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación, de los planteamientos antibelicistas impuestos desde la ONU y la UNESCO, de las posiciones tercermundistas... Fueron los momentos de la desbandada (¿retirada?) norteamericana en Vietnam e Indochina. La muerte de Franco a los 85 años. De 1900, de B. Bertolucci, y de Tiburón, de Steven Spielberg. Y tantos hechos que fueron cantados, recitados, pintados, ilustrados, fotografiados, representados como los signos de una «mundo nuevo» y un «hombre nuevo» que ya estaba próximo a venir. Eso era lo que se decía.

En la esfera de lo comunicacional y lo cultural era el inicio, más declarativo que otra cosa, de las discusiones reivindicativas por la idea de la necesaria democratización comunicacional. La cultura todavía no estaba muy presente en las discusiones. Se mencionaba el papel del Estado como alternativa frente al patrón

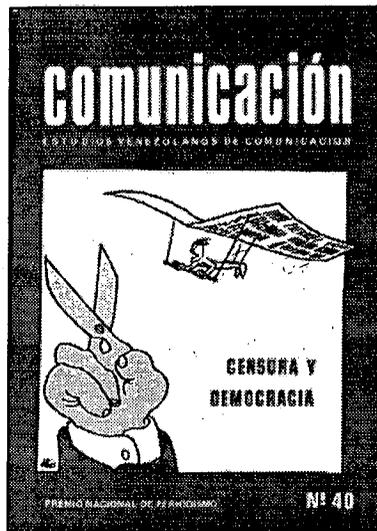
privado especialmente en los medios radioeléctricos. Fue el aborto del artículo 4 de la Ley del CONAC. Llegó el momento de la inclusión en los planes de la nación (inaugurábamos el V Plan) del sector comunicación. En el ambiente se respiraban las ideas de planificación-formulación y ejecución de políticas nacionales de comunicación. Vino San José de Costa Rica y su carta de principios frente al mundo de las comunicaciones en América Latina y el Caribe. Los sectores empresariales nacionales y latinoamericanos (SIP y AIR) pugnando por esas ideas como contrarias para ellos y su libertad de empresa que no es lo mismo que libertad de expresión. Gran despliegue publicitario de todos los frentes. Abandono total de las propuestas...

## II

Es en ese contexto donde decidimos, profesores de la Escuela de Comunicación Social y de Sociología de la Universidad Católica Andrés Bello y alumnos de la carrera de comunicación, salir a la calle con lo que empezamos a denominar **Boletín Comunicación**. Apenas 28 páginas su primer número, mimeografiado y al abrigo del desaparecido Centro de Comunicación Social «Jesús María Pellín» de los jesuitas. Nuestra carta de presentación: «Una COMUNICACION sobre comunicación, de comunicadores y para comunicadores».

Irrumpíamos en un campo que había sido abonado por trabajos como **Comunicación y cultura de masas** (Antonio Pasquali), **La celestina mecánica** (Marta Colomina), **Pueblos sub-informados** (Eleazar D. Rangel), **La TV venezolana y la formación de estereotipos en el niño** (Eduardo Santoro), **Sociología venezolana de la comunicación** (Héctor Mujica), **Teoría y práctica de la ideología** (Ludovico Silva)... Y por la presencia de la revista **Orbita** (1972), del Instituto de Investigaciones de la Comunicación (ININCO. 1973) y el equipo de investigadores de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad del Zu-

**Marcelino Bisbal**



lia. En la región contábamos desde 1972 con la revista **CHASQUI** de la CIESPAL. Fue el primer intento de abrir el enfoque de los temas de la comunicación a la América Latina toda. Luego vendrían **Comunicación y Cultura** (1973) y **Lenguajes** (1974). Los nombres de Armand Mattéart, Hugo Assmann, Héctor Schmucler, Eliseo Verón, Oscar Steimberg, Luis Ramiro Beltrán, Gabriel Cohn y no tantos más se harán conocidos y de uso común. Con ellos el estudio de la comunicación masiva en el proceso político latinoamericano y la teorización del modo de producción de las significaciones en el área de la comunicación-cultural. Era la inclusión de la economía política y la lingüística-semiología al quehacer del conocimiento en comunicación.

**Comunicación** se unía así al grupo de investigadores que asumían, con interés creciente, el reflexionar y divulgar los datos de sus ideas y propuestas para un esclarecimiento del creciente y avasallante fenómeno de lo massmediático. Los planteamientos de la Escuela de Frankfurt; el análisis semiótico de la producción de discursos-mensajes; la interrelación entre la teoría de la ideología y la teoría de la dependencia para explicar no sólo el proceso de producción/reproducción de cultura de masas, sino la alienación e integración que sufría el receptor fueron las **ideas claves** que asumieron

nuestros estudios aplicados a los más variados campos temáticos de la comunicación masiva: el cine, las políticas de comunicación, el **cómic**, la ética de la comunicación, las escuelas profesionales de comunicación, la prensa y las leyes de colegiación, las elecciones y las campañas electorales, la Iglesia y la comunicación, el niño y la comunicación, la transnacionalización comunicacional, la publicidad,... Números temáticos, una de las características asumidas desde hace 20 años, orientados por una perspectiva venezolana pero no en el sentido de un alochovinista, sino desde una mirada centrada en el país y en la región.

Siendo «estudios venezolanos de comunicación», como reza el eslogan de identificación, también tratamos de constituir una «perspectiva crítica y alternativa». No podíamos conformarnos con ser solamente críticos frente al sistema de comunicación, sino que había (hay, porque la idea sigue estando presente como el primer día) que formular propuestas ante la ausencia de lo inexistente o lo inaceptable en términos de la democratización de la cultura y la comunicación. Por ello, desde nuestro nacimiento la idea que ha acompañado al equipo en sus esfuerzos de investigación, divulgación, información y editorialización ha sido esa: **Estudios venezolanos de comunicación: perspectiva crítica y alternativa.**

Lema distintivo que se hace patente desde el número 13 de la revista, es decir a partir de 1977. Buen augurio para **Comunicación**.

### III

Quando la revista —ahora sí merecía tal nombre— cumplía sus diez años de vida, ya podíamos presentarnos con 52 números monográficos publicados, 4.983 páginas que habían ido recogiendo en las distintas secciones (estudios, documentos y comentarios) el acontecer comunicacional del país y de América Latina. Páginas que nos hablaban de cómo la comunicación se imbricaba socialmente, económicamente, políticamente y culturalmente. Un acontecer que decía que el fenómeno de la comunicación se convertiría en los tiempos siguientes en la pieza fundamental para entender las cosas del poder y comprender así que el nuevo milenio se definiría por este fenómeno, al punto que eso que han llamado posmodernismo no es entendido del todo sin el componente de la comunicación masiva, y de la cultura o espacio cultural que se desprende desde ahí.

Hasta ese momento la revista contaba ya, y estaban publicados, con dos índices temáticos, geográficos y cronológicos que más adelante formarían, al lado de los cinco índices que se han ido ofrecien-

do, la base de comunicación y cultura adscrita a RECOM. Amén de que hemos sido incorporados en el primer CD-ROM de la Red Latinoamericana en ciencias de la comunicación, junto a nueve bases de datos biblio-hemerográficos de centros de documentación de comunicación latinoamericanos.

Después de 20 años podemos mostrar 8.720 páginas, lo que hace que **Comunicación** se haya convertido, sin menospreciar otros esfuerzos, en la única revista venezolana especializada en comunicación de masas con proyección internacional y en la referencia imprescindible para abordar los procesos de comunicación del país en todos esos años. La revista trata de dar cuenta de cómo el área de la comunicación de masas y de la industria cultural —en los aspectos tecnológicos, económicos, jurídicos, sociológicos, políticos y culturales— es particularmente estratégica para cualquier país, y Venezuela no escapa a esa definición. De ahí, entonces, que nuestra revista intente seriamente, a partir de la investigación y la divulgación, tocar problemas relativos a la reconversión del espacio audiovisual, recomposición del campo de trabajo, salida de nuevos programas y productos, evaluación de impactos sociales y laborales, integración de las funciones de educación y comunicación, reconversión tecnológica provocada por las nuevas tecnologías, el asunto del consumo cultural, la cultura-comunicación en las ciudades, las culturas juveniles, etc.

#### IV

En este trabajo no hemos estado solos. Primero fue el apoyo entusiasta, desde nuestro nacimiento en 1975, del Centro de Comunicación Social «Jesús María Pellín» hasta su desaparición en 1985. Diez años de vida que sirvieron para consolidar un proyecto que sí tenía cabida y sentido. Los hechos lo han demostrado, a pesar del paso de las falsas seguridades a las incertidumbres desencantadas. De una a otra Venezuela. Luego vendrán diez años más hasta hoy, y gracias esta vez al

Centro Gumilla: porque somos una pieza con cara y voz propia dentro de los proyectos del Centro.

Pero el esfuerzo no sería completo y no se habría logrado sin la presencia de las mejores firmas tanto nacionales como latinoamericanas. Inclusive de nombres desconocidos, pero no por ello ausentes de valor y rigor teórico en sus trabajos. Desde el campo de la sociología, la psicología, la educación, la filosofía, la economía, el derecho, las letras, la lingüística-semiólogía, el periodismo, lo cultural... (porque la comunicación no se agota en el modelo emisor-canal-receptor) hemos logrado algunos de los mejores estudios venezolanos de comunicación-cultural.

Quizás ese hecho no sea tan impor-

tante, como el de haber consolidado un espacio para la confrontación y la reflexión sobre uno de los temas que mayor determinación tiene en las sociedades actuales. Aunque esto sea hoy ya un lugar común, pero es bueno determinarlo y precisarlo. No hay movimientos e ideas políticas, económicas y sociales sin el componente cultural-comunicacional. La revista en todos sus años ha tratado de demostrar esa afirmación. Ha sido la elección de un camino.

«Era el primer día del Sexto Sol». Larga vida a COMUNICACION... ■

Marcelino Bisbal es miembro del Consejo de Redacción de las Revistas SIC y COMUNICACION

REVISTA

Juntos

La Revista de la Acción Popular

Publicación Trimestral  
Editada por



CENTRO AL SERVICIO DE LA ACCIÓN POPULAR

*Desde hace 4 años el Centro al Servicio de la Acción Popular (CESAP), presenta a las organizaciones comunitarias del país este Medio de Comunicación como herramienta de acción y reflexión, con el propósito de convertirse en referencia para la actividad del Movimiento Popular Nacional e Internacional; como expresión libre de sus opciones, esperanzas y luchas, convocando el bienestar social necesario.*

SUSCRIPCIÓN: Bs. 1.000,00 (4 números al año)

NUMERO SUELTO: Bs. 80,00

COLECCIÓN DE 20 NÚMEROS GRATUITA PARA  
SUSCRIPTORES

San José a San Isidro, (Al Lado Abadía), Caracas 1010-A, Apto. 4240, Venezuela  
Telf. 81-38-85/ 862-74-23 Fax: 862-71-82