

De consumo informativo y cultural en Venezuela hoy

A finales del año 2023, la ONG Espacio Público, el Centro de Investigación de la Comunicación de la UCAB (CIC-UCAB), la revista *Comunicación* de la Fundación Centro Gumilla y la Dirección de Publicaciones de la UCAB, llevaron a cabo un estudio nacional para conocer los hábitos de consumo de información y de cultura en la Venezuela del presente. La investigación fue publicada por la editorial de la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB) bajo el título *Consumo informativo y cultural en Venezuela. Estado actual y tendencias*. De un análisis del libro y su lectura, las investigadoras Agrivalca Canelón e Ysabel Viloria, ambas del Consejo de Redacción de la revista, formularon tres preguntas a cuatro de los investigadores que hicieron una *interpretación* de los resultados obtenidos. En esta nuestra sección “Hablemos” ofrecemos sus respuestas.

CONTEXTO

En Venezuela, cualquier persona interesada en informarse sobre temas de interés público tiene que superar diversas barreras para hacerlo. La escasez aguda de periódicos, radios y televisoras censuradas, portales web bloqueados y recurrentes fallas eléctricas son los principales obstáculos para esta dimensión del derecho a la libertad de expresión. Adicionalmente, para aquellos que deciden opinar o informar pueden existir consecuencias ulteriores.

Los diarios impresos son muy escasos y con tirajes limitados y por ello perdieron importancia relativa en los medios utilizados para informarse. En el año 2015, el 38,8 % de la población utilizaba los diarios nacionales para tener acceso a los hechos noticiosos, cinco años después, en el año 2021, esa cifra se ha reducido al 3,1 % de los encuestados. La reducción en los medios impresos regionales pasó del 29,2 % en el 2016 a 1,9 % en el año 2021.

La radio y la televisión, tanto abierta como de suscripción, están sometidas a las regulaciones de la Comisión Nacional de Telecomunicaciones (Conatel), que regularmente clausura emisoras o presiona a los directivos de las estaciones para que eliminen programas. Usualmente son emisiones con contenidos relacionados a la crítica de la gestión pública regional o nacional.

La sequía informativa es consecuencia de una política de Estado que castiga sistemáticamente la crítica y tolera los abusos de sus partidarios. Entre los patrones observados se consideran: a) las críticas como provenientes de enemigos, con lo cual validan la descalificación que se realiza a medios y periodistas; 2) la criminalización de las expresiones, sea por la aplicación de leyes inconstitucionales o el cierre de estaciones de radio o televisión; 3) violencia e impunidad en la actuación de funcionarios o terceros que agreden y atacan a periodistas en las coberturas de calle.

HABLEMOS

Las consecuencias para la oferta de medios son claras: reducción de los medios disponibles, amenazas de censura y potenciales sanciones. Las audiencias cambian sus modos de informarse y conocer estos cambios constituye un dato clave para los medios que desean mantener una oferta periodística de interés público y la relación con las audiencias.

Teniendo presente este contexto en el que tienen que trabajar nuestros medios de comunicación, el Centro de Investigación de la Comunicación de la Universidad Católica Andrés Bello (CIC-UCAB), la revista *Comunicación* del Centro Gumilla, la editorial *abediciones* de la UCAB y Espacio Público que es una organización dedicada a la defensa de la libertad de expresión en Venezuela, se dieron a la tarea –a finales del año 2023– de llevar a cabo un estudio nacional que incluyó la aplicación de una encuesta que permitió conocer los hábitos de consumo de información y de cultura en la Venezuela del presente.

La investigación fue publicada por la editorial de la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB) bajo el título *Consumo informativo y cultural en Venezuela. Estado actual y tendencias*. De un análisis del libro y su lectura, las investigadoras Agrivalca Canelón e Ysabel Viloria, ambas del Consejo de Redacción de la revista, formularon tres preguntas a cuatro de los investigadores que hicieron una *interpretación* de los resultados obtenidos.

Estas fueron las preguntas:

1. Sobre la base del diagnóstico general obtenido a partir del estudio (comentado por cada uno de los autores en función de diferentes aspectos), y tomando en consideración que 2024 es un año electoral, ¿qué recomendaciones cabría compartir frente a un nuevo gobierno con el fin de atender las falencias hoy presentes en el sector de la información, la cultura y la comunicación?
2. A partir de la observación realizada por Marcelino en el prólogo, atinente a que los científicos sociales han venido descuidando el estudio de los media, lo que empalma con el comentario de Johathan López respecto a que se requerirá “afinar los resultados en un estudio



más específico y detallado”, ¿qué otras aristas proponen los autores abordar para ampliar la investigación, o cuáles de las ya tratadas ameritan profundización, de modo de contar con un panorama más completo?

3. Con los hallazgos alcanzados, ¿qué le corresponde a la industria mediática atender para priorizar el fortalecimiento, el crecimiento o el alcance del sector de la información, la cultura y la comunicación?, ¿qué puede hacerse desde la sociedad civil?

EDIXELA BURGOS

Socióloga, profesora asociada en la Escuela de Sociología de la UCV e investigadora del Centro de Investigación de la Comunicación (CIC-UCAB). Doctora en Ciencias Sociales.

1.

Con relación a las falencias de los sectores información, cultura y la comunicación, considero que es central retomar la participación de los ciudadanos dentro del espacio público, a través de otras formas de participación y movilización política que pretendan dinamitar los marcos de

acción colectiva que hasta ahora ha promovido el Gobierno actual. No podemos pensar el ecosistema mediático y cultural sin propiciar cambios significativos en el sistema sociopolítico. En especial, porque estos ecosistemas se hallan atravesados por procesos de censura, autocensura y control gubernamental, así que más que ofrecer recomendaciones directas en estos sectores, es prioritario repensar la estructura societal y empezar un proceso de reinstitucionalización, que permita desde otros paradigmas políticos-ideológicos mirar lo que tenemos en esos ámbitos lo cual pasa por: 1.- Revisar las políticas nacionales de comunicación y su vinculación con la democracia y el ejercicio ciudadano. 2.- Re-conectar desde otras lógicas a la ciudadanía con los medios, lo cual supone ampliar la oferta mediática bajo un esquema de pluralidad. 3.- Revisar las agendas culturales y su vinculación con los distintos sectores sociales, para ello es vital redefinir las políticas culturales actuales.

2.

Con respecto al estudio realizado, considero que es importante profundizar las temáticas sobre desinformación y usos de Internet con vinculación al cambio social, para ello es necesario la realización de *focus group* y entrevistas en profundidad. En el caso de la desinformación, es importante profundizar cómo se vive la desinformación y las consecuencias que tiene para la convivencia ciudadana y la participación de los ciudadanos en la esfera social. En especial, cuando el propio Gobierno promueve como política de Estado los bulos y la falta de transparencia informativa. En este punto, es vital conocer si los talleres promovidos por las ONG han permitido combatir los procesos desinformativos que permean nuestro ecosistema comunicacional.

En lo referente a Internet, sería interesante profundizar en los usos para el ejercicio de la ciudadanía y la protesta social. Si el ciudadano posee las competencias y conocimientos necesarios para promover causas y generar procesos de concientización sobre aspectos que afectan la vida social y democrática. Sabemos de las restricciones y consecuencias del uso político de



Edixela Burgos

Internet en Venezuela caracterizado por la persecución policial estatal, pero es pertinente analizar por qué en Venezuela no se han gestado causas ciberactivistas con incidencia en el sistema político.

3.

El sector de la información, la cultura y la comunicación se hallan profundamente influenciados por el sistema político actual; si bien estos ámbitos han tratado de reconfigurarse frente a los escenarios de restricción y control, su labor ha sido bastante compleja, incidiendo en detrimento de los propios ciudadanos, los cuales no reciben información plural y están a merced de un Gobierno que pulula en la red y controla con el látigo de Conatel cualquier disidencia. Bajo este panorama, es fundamental promover la actuación de los ciudadanos dentro del espacio público a través del debate, la creación de nuevos mecanismos no solo para comunicarse, sino también organizarse y deliberar sobre cómo promover y lograr los procesos de movilización y de cambio social para incidir en la realidad social. La figura del ciudadano es central para promover cualquier elemento de cambio, pero también lo es contar con plataformas colectivas que permitan democráticamente y con plena libertad deliberar sobre el quehacer social y político.

HABLEMOS

GUSTAVO HERNÁNDEZ

Licenciado en Artes. Profesor titular de la UCV. Director del Centro de Investigación de la Comunicación (CIC-UCAB). Doctor en Ciencias Sociales.



Gustavo Hernández

1.

En este momento, en el que me dispongo a responder esta pregunta, me encuentro con la noticia de que la candidata de la oposición democrática María Corina Machado ha sido inhabilitada. Esta respuesta se inspiraba en ella, en medio de un optimismo que me ha costado mantener porque me resulta difícil aceptar la idea de que un gobierno autoritario convoque a elecciones transparentes, sin vicios de forma y malas prácticas. Sin embargo, realizaré un ejercicio de imaginación y mantendré viva la esperanza de que algún día en el futuro restauremos la democracia en Venezuela.

Abundan numerosos estudios académicos y de organizaciones no gubernamentales que han realizado análisis sobre la democratización de los sectores de comunicación, educación y cultura. Dado que este no es lugar para profundizar en ellos, me permito enfocarme en algunas recomendaciones desde el sector académico como director del Centro de Investigación de la Comunicación de la UCAB, basándome en la investigación reciente sobre *Consumo informativo y cultural en Venezuela* de la editorial abediciones de la UCAB.

En primer lugar, el nuevo gobierno debe garantizar el cumplimiento de la Constitución nacional y el respeto al Estado de derecho como principio fundamental para la administración del país. En segundo lugar, no debe haber contradicciones entre lo que establece la Constitución y las normas jurídicas expresadas en leyes y decretos orgánicos. En tercer lugar, la democratización debe garantizar que no haya intereses políticos o crematísticos en el sector público en general. Aunque pueda ser un desafío considerable, es imperativo que el Estado cumpla con esta responsabilidad, lo cual implica la necesidad de controlar y supervisar la gestión financiera estatal. En cuarto lugar, para que podamos hablar de democracia en Venezuela, es absolutamente necesario que el Estado base sus decisiones en la Constitución. De lo contrario, se estaría reeditando el mismo modelo autocrático propagandístico y censor que hemos vivido hasta ahora.

Por lo tanto, el sector público debe ser firme en su compromiso de desgubernamentalización y abrir las puertas a diversas iniciativas que fortalezcan el modelo democrático. En quinto lugar, un tema importante es la manera en que se llevará a cabo la transición democrática en los primeros cien días de gobierno. Esto implica pasar de una situación de autocracia a un sistema democrático, dejando atrás un modelo restrictivo de libertades y derechos humanos para abrazar los principios republicanos. También se trata de abandonar una visión dogmática de entender el mundo y adoptar opciones como la participación ciudadana en el gobierno y la toma de decisiones.

Es importante tener en cuenta que esta transición no solo es política, sino también cognitiva y cultural, debido a los largos años de autoritarismo que hemos vivido. Es probable que los funcionarios que se adhieren a ese paradigma dogmático tengan dificultades para adoptar los valores democráticos, como la transparencia, la participación y la libertad, por diversas razones; entre ellas, el Estado ha sido eficaz y estratégico al desactivar cualquier forma de denuncia y protesta, y ha incorporado a las personas en una burocracia estéril mediante programas de adoctrinamiento.

Considero que una de las primeras acciones a tomar es establecer mesas de diálogo con los sin-

dicatos para concientizar a los representantes sindicales y a los trabajadores sobre el valor de la democracia, el respeto a la pluralidad y los derechos humanos. Estos temas son imprescindibles y deben abordarse en los sectores de comunicación, educación y cultura del sector público. Además, es crucial evitar replicar las acciones del régimen actual, que consisten en negar al otro mediante la censura, la coerción y la violación de sus derechos. En cambio, debemos comprometernos a reconstruir a Venezuela sin caer en las tácticas engañosas de los lemas políticos y publicitarios. El compromiso de todos los venezolanos en el nuevo gobierno debe ser la reconstrucción de nuestro país.

2.

Es importante realizar estudios mixtos que combinen métodos cuantitativos y enfoques cualitativos para comprender la interacción que establecen los seres humanos con los medios masivos *online* y *offline*, redes sociales, aplicaciones y dispositivos móviles. Por cierto, los estudios con enfoques etnográficos son escasos en las Ciencias de la Comunicación en Venezuela, pero hay que reconocer que son de vital importancia para obtener una comprensión más intersubjetiva de las audiencias y los *prosumidores*. Estos últimos entendidos como individuos que no solo consumen contenido de los medios, sino que también participan activamente en su producción y distribución.

En este cuarto de siglo se ha vuelto indispensable examinar una serie de temas relacionados con la sociedad actual, la cual se encuentra marcada por la influencia de las redes sociales. Estos temas son, a saber: 1) El sujeto como ser activo y constructor de significados. 2) La influencia de las creencias, los valores, las normas, los roles sociales, los rituales y los lenguajes en la ecología comunicacional. 3) Es importante reivindicar la dimensión política, ética y social de las audiencias y de los *prosumidores* en sus contextos locales y globales. 4) La cultura no solo sirve para pensar. También es importante enseñar a pensar la realidad desde perspectivas culturales y comunicacionales. 5) Aunque se sabe mucho sobre la exposición y las preferencias de las au-

dencias desde el punto de vista cuantitativo, se conoce muy poco sobre sus contradicciones en el ámbito etnográfico. 6) Es importante analizar cómo se utilizan las diferentes pantallas y cómo se integran las tecnologías en diversos entornos sociales, como restaurantes, bares, hospitales y centros comerciales.

Esto implica pasar de una situación de autocracia a un sistema democrático, dejando atrás un modelo restrictivo de libertades y derechos humanos para abrazar los principios republicanos. También se trata de abandonar una visión dogmática de entender el mundo y adoptar opciones como la participación ciudadana en el gobierno y la toma de decisiones.

En resumen, se recomienda estudiar la mediación social desde diferentes perspectivas, como la educación en medios, la investigación cualitativa etnográfica, el análisis de la transmedialidad y las convergencias videotecnológicas, la comprensión de los *prosumidores* y los análisis comparativos nacionales e internacionales en comunicación. Estos estudios son inaplazables para entender la interacción de las personas con los medios y las TIC, así como para diseñar políticas públicas en materia de comunicación, educación y cultura.

3.

Es fundamental destacar la premisa de que la democracia es un pilar esencial para garantizar que la industria mediática difunda los valores auténticos de la sociedad. Para lograr esto, hay que tener en cuenta los siguientes aspectos:

1.- Desarrollar leyes y decretos en materia de comunicación que se sintonicen con los avances tecnológicos. 2.- Apoyar la creación de contenido informativo veraz y plural. 3.- Promover el desarrollo de formatos comunicativos innovadores, accesibles y de alta calidad. Entender que la calidad no está reñida con el entretenimiento, ya que este puede ser vehículo para la reflexión social. 4.- Fomentar la participación de los ciuda-

HABLEMOS

danos en canales interactivos tanto públicos como privados. 5.- Formar a la ciudadanía de competencias mediáticas e informacionales para desenvolverse en el mundo digital. 6.- Promover la libertad de comunicación que incluye la libertad de interactuar y compartir conocimiento, la libertad de combatir la censura, la autocensura y la desinformación, la libertad de promover el acceso universal a la información. Estos supuestos los ha desarrollado de manera extensa el teórico de la comunicación venezolano, Antonio Pasquali.

Solo a través del trabajo conjunto entre la industria mediática y la sociedad civil se podrá construir un ecosistema informativo, cultural y comunicacional más fuerte, diverso y democrático. En este esfuerzo conjunto, la sociedad civil desempeña un papel fundamental al ser un actor activo en la demanda de calidad, la construcción de una cultura digital y el fortalecimiento de la organización y la acción colectiva.

JOHANNA PEREZ DAZA

Licenciada en Comunicación Social (UBA). Investigadora del Centro de Investigaciones de la Comunicación (CIC-UCAB). Doctora en Ciencias Sociales por la UCV.



Johanna Pérez Daza

1.

Escuchar la opinión pública debe ser tarea constante y no solo en coyunturas. No basta el diagnóstico de los problemas, sino el seguimiento a sus alternativas de solución. La información, la comunicación y la cultura siguen estando relegadas o inexistentes en las agendas políticas, esto implica una grave desconexión con la ciudadanía, por lo que urge idear formas oportunas, atractivas y pertinentes de llegar a las audiencias, especialmente al sector juvenil que ha demostrado gran desinterés por la política. Hay que ver como una oportunidad la utilización de los nuevos formatos y plataformas y estar atentos a sus transformaciones y tendencias, sin desatender los modos tradicionales de acercarse a la población y demostrar genuino interés por ella. Cada espacio cuenta y todo suma al momento de difundir un mensaje y hacer público no solo una propuesta de campaña, sino también un plan de gobierno, su monitoreo y cumplimiento.

2.

Creo que es fundamental realizar investigaciones que profundicen en el consumo informativo y cultural, desde una visión amplia e integradora de ambos procesos, explorando sus puntos de intersección. Preguntarnos no solo por las falencias o limitaciones, sino también ahondar en los gustos y preferencias de los usuarios, lo cual arrojaría pistas y orientaciones sobre los caminos a transitar desde lo que ha sido efectivo.

Es necesario conocer con mayor detalle no solo las razones de, por ejemplo, los bajos índices de lectura o libros leídos al año por una persona, sino también descubrir sus intereses, en qué área se ubica la poca lectura que hay, cómo ha sido el acceso a los libros... cambiar la perspectiva puede ayudar a encontrar alternativas eficientes.

El estudio de los medios de comunicación y el consumo informativo debe ser visto desde la diversidad de formatos, las características de la oferta actual y proliferación de otros modos de interacción. En este sentido, el elemento tecnológico debe ser atendido desde una dimensión más abarcadora que considere las brechas, los prerequisites de acceso (servicio eléctrico, in-

fraestructura, actualización de equipos...) y su convivencia con los medios tradicionales.

3.

Desde la industria mediática: generar una oferta atractiva en la que dialoguen y se establezcan puentes entre lo que las audiencias quieren y lo que estas necesitan. Tal vez ampliar al ecosistema comunicacional lo que afirma Martín Carrós sobre el periodismo, el cual, en ocasiones, "... debe hacerse contra el público, con los temas que honestamente creas que tienes que abordar". No es una tarea sencilla y mucho menos favorable para las mediciones de aceptación y *rankings* de audiencia, pero puede apuntar a contenidos de calidad.

Desde la sociedad civil: fomentar estrategias de educomunicación y promoción cultural, así como planes de alfabetización mediática centrados en temas como desinformación, lectura crítica, recepción activa, uso responsable de redes sociales e inteligencia artificial (IA), entre otros. Exigir políticas públicas de comunicación a tono con los desafíos y riesgos del siglo XXI.

JONATHAN LOPEZ

Egresado del Instituto Pedagógico de Caracas. Maestría en Gerencia Cultural en la Universidad de Aviñon, en Francia. Profesor en la Escuela de Letras de la UCAB. Director adjunto de publicaciones de la UCAB.

1.

En primer lugar, yo creo que frente a la posibilidad de un nuevo gobierno, lo primero sería delimitar la palabra *cultura*. Ya lo refería Canclini en su libro *Diferentes, desiguales y desconectados*, de 2005, donde comentaba la aparición de 57 usos distintos del término cultura propuestos por Melvin J. Lansky en un estudio publicado en *The Republic of Letters* en 2001; así pues, teniendo esto claro y partiendo de esta premisa, lo que se espere de ella, de las necesidades y estrategias a obtener se podrían dar las siguientes recomendaciones.

En primer lugar, y a partir de lo anteriormente expuesto, redactar políticas culturales, claras, am-



Jonathan López

(...) descentralizar la cultura, dejar de ver a la capital como la meca en cuanto a propuestas de tipo cultural y poder propiciar giras en el país. Finalmente, contar con un presupuesto significativo, producto del aporte tanto público como privado.

plias y realmente inclusivas, que respondan a las necesidades locales, pero con dimensión internacional, esto con el propósito de hacer del país un referente cultural en la región. En segundo lugar hacer estas políticas públicas conocidas por todos, para que sean la base donde se desarrollen las iniciativas que surjan y que estén ligadas al desarrollo del país en materia cultural y de educación. Buscar una mayor interacción entre el Ministerio de Educación y quien lleve el sector cultural. En este mismo orden, realizar convenios e intercambios con instituciones culturales de otros países, que por un lado permitan abaratar el costo de las producciones y, por otra, ofrecer una programación variada. En tercer lugar, descentralizar la cultura, dejar de ver a la capital como la meca en cuanto a propuestas de tipo cultural y poder propiciar giras en el país. Finalmente, contar con un presupuesto significativo, producto del aporte tanto público como privado.

HABLEMOS

2.

Si bien es cierto que este tipo de estudios tiene un alto valor en cuanto a la data que de él se pueda extraer, también sabemos que tienen un alto costo monetario. Sin embargo, se podría realizar el estudio con un poco más de especificidad en lo que respecta al área cultural, ya que las preguntas, además de ser amplias, también tocan otros ámbitos como el deportivo y otras actividades. Ampliar también el número de encuestados y delimitar el estudio por zonas y/o territorio. Conocer las necesidades y costumbres locales en materia cultural ayudaría a la toma de decisiones y a la afinación de las propuestas de programación, inclusive en la repartición de recursos.

En el caso de las preguntas muy abiertas, como por ejemplo en el tema del *libro que han leído en los últimos 6 meses* o la *música que les gusta o escuchan*, entre otras preguntas con la misma redacción, debería presentarse una lista de opciones que permitan afinar los resultados. Quizás una lista de géneros literarios y musicales donde se pueda verificar exactamente la preferencia. De igual manera, en cuanto a interrogantes tales como el *formato de los libros leídos*, indicar o listar los géneros para ser más específicos en cuanto a quién tiene el mayor uso por género.

Finalmente, se podría prescindir de las preguntas de autodefinición política que pueden distraer la finalidad del estudio.

3.

Yo pienso que más que a la industria mediática, esa tarea sobre el fortalecimiento y el crecimiento le corresponde al sector educativo. Hasta ahora la industria mediática realiza su trabajo, hablando del caso particular de Venezuela, y a pesar de todas las trabas que pueda conseguir.

En este sentido, las redes sociales apoyan en gran parte los esfuerzos que se realizan en el campo cultural, sin embargo, la información puede ser efímera debido a la rapidez con la que se genera contenido y que no todos los segmentos tienen acceso. Quizás con el retorno de la prensa escrita, la televisión nacional de calidad, la apertura de estaciones de radio inhabilitadas por el régimen, el retomar la realización de grillas o parrillas de eventos para difundir en diarios, la participación de periodistas especializados en el mundo de las artes y el entretenimiento como existe en el mundo del deporte, podría impulsar la industria cultural.

Para cerrar con esta interrogante me gustaría referirme a un texto de Federico García Lorca, que creo le viene muy bien a estos tiempos que vivimos y al tema que nos concierne:

No solo de pan vive el hombre. Yo, si tuviera hambre y estuviera desvalido en la calle no pediría un pan; sino que pediría medio pan y un libro. Y yo ataco desde aquí violentamente a los que solamente hablan de reivindicaciones económicas sin nombrar jamás las reivindicaciones culturales que es lo que los pueblos piden a gritos. Bien está que todos los hombres coman, pero que todos los hombres sepan. Que gocen todos los frutos del espíritu humano, porque lo contrario es convertirlos en maquinas al servicio de Estado, es convertirlos en esclavos de una terrible organización social.

Medio pan y un libro

FEDERICO GARCÍA LORCA