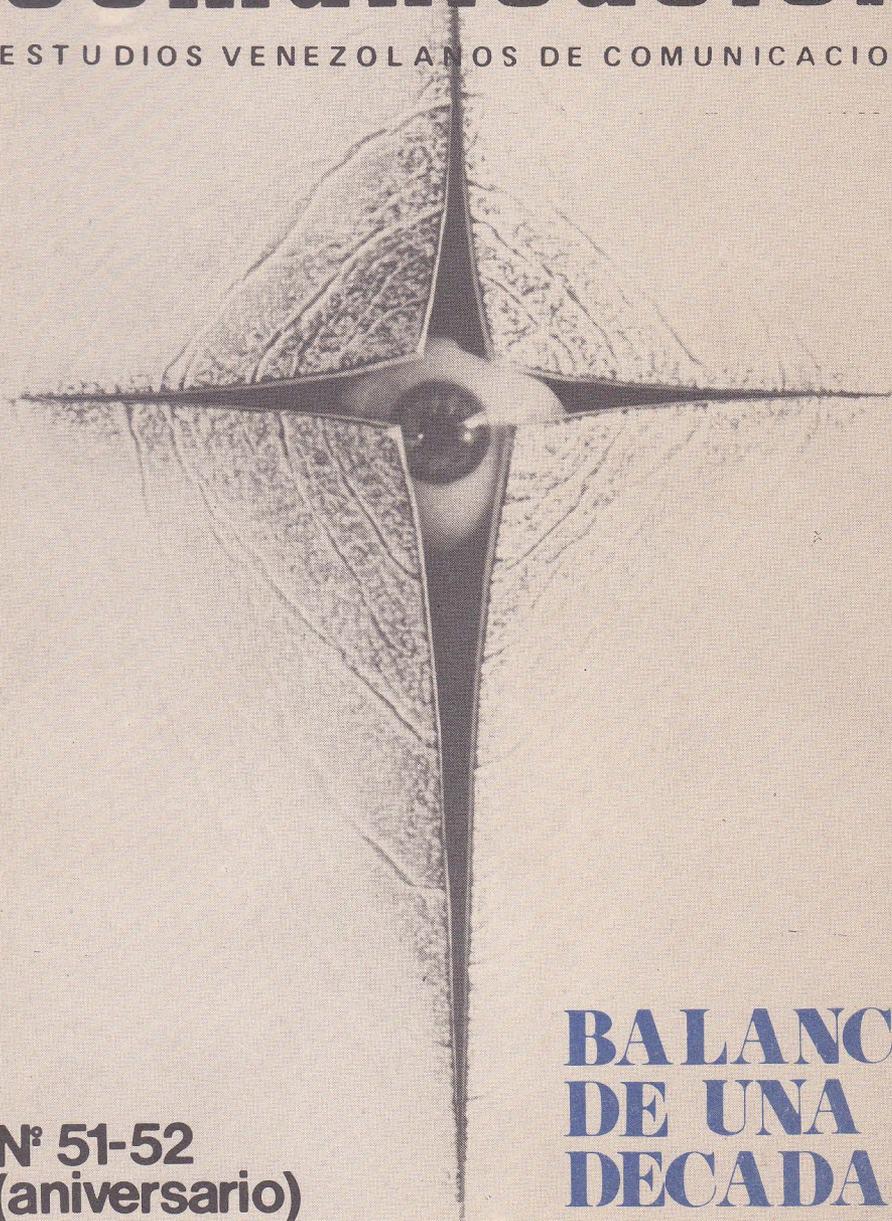


comunicación

ESTUDIOS VENEZOLANOS DE COMUNICACION



Nº 51-52
(aniversario)

BALANCE
DE UNA
DECADA

INDICE Nº 41-52 (1985)

comunicación

**ESTUDIOS VENEZOLANOS DE COMUNICACION
PERSPECTIVA CRITICA Y ALTERNATIVA**

EQUIPO COMUNICACION

Jesús M. Aguirre
Marcelino Bisbal
José Ignacio Rey
Berta Brito
Francisco Tremonti
Sebastián de la Nuez
José Martínez Terrero
Ronald T. Romero
César Miguel Rondón

FOTOGRAFIAS

Aquiles Esté

ILUSTRACIONES

Estas fueron tomadas de las Revistas **RETO** (Pedro León Zapata y Abilio), del **Diario de Caracas** (Rodrigo Flo, y Ugo) y periódico **LETRAS** (Eneko). Y alguna que otra ilustración facilitada por sus propios autores, por lo tanto inéditas.

DIAGRAMACION Y MONTAJE

Rodolfo Núñez

FOTO COMPOSICION

Mã. Eifalia de Posú

IMPRESION

Publicidad Gráfica León, S.R.L

SUBSCRIPCIONES

(4 números: 1 año)

Venezuela:	Bs. 130,00	(aéreo)	
América Latina:	\$ 26,00	*	
Estados Unidos	\$ 26,00	*	
Europa, Canadá:	\$ 29,75	*	
Africa Continental:	\$ 32,00	*	
Asia y Oceanía:	\$ 34,00	*	

* Dólares USA



COMUNICACION - Depósito Legal pp 76-1331

SUMARIO

PRESENTACION	4
ESTUDIOS: 10 AÑOS DE COMUNICACION EN VENEZUELA, LO VIGENTE Y LO ALTERNATIVO	
• Subversivos o Integrados —lo Alternativo en perspectiva latinoamericana . . .	7
• 10 años de ¿Alternativas en Comunicación?	12
• Auge y caída de la investigación de la comunicación en Venezuela	24
• 10 años de Prensa Nacional: las VDT coquetean con el periodismo impreso	32
• Televisión omnipresente-Diez años de TV en Venezuela	39
• Diez años, diez autores . . . y uno más	49
• 1975-1985: el cortometraje en la encrucijada	58
• 10 años de Escuelas de Comunicación Social en el país	70
• Notas sobre la gestión sindical y gremial de los periodistas	79
• Confesiones de un egresado de la democracia	87
• El Estado y la Comunicación, entre el azar y la necesidad	97
• Política comunicacional, radiodifusión y grupos privados no tradicionales	122
DOCUMENTOS	
• El pensamiento sobre Comunicación Alternativa en COMUNICACION	129
• El Grupo Cisneros, o los poderes de "la Organización"	139
• Consejo Nacional de la Comunicación Social: una propuesta concreta	150
• Subculturas actuales en el cine juvenil	156
GUIA BIBLIOGRAFICA	
• El Caso Venezuela: una ilusión de armonía (Capítulo 13)	173
• Bibliografía sobre Comunicación, Educación, Cultura y Capacitación Popular (Venezuela, América Latina y Europa)	177
INFORMACIONES	185
INDICE DE COMUNICACION No. 41 al 51/52 (1983-1985).	



PRESENTACION

Diez años en la vida de un país no es una gran cosa, pero lo es en la vida de una revista. Sobre todo cuando la misma es de género investigativo y especializado y, para colmo, no cuenta con mecenas patrocinantes. El No. 51-52, que presentamos ahora, es conmemorativo de ese aniversario. Con el corazón y la mente puestos en el futuro, vale la pena volver la vista por un momento al camino recorrido.

La revista —que entonces y por bastante tiempo llamábamos “Boletín”— nació sin mayores pretensiones, con apenas 30 páginas, impresas con los recursos técnicos más pobres y rudimentarios. Eran los primeros pasos de una iniciativa modesta pero entusiasta que, con el tiempo, fue adquiriendo solidez y también —parece— alguna importancia. Hemos crecido en volumen de páginas, en calidad de impresión, quizás también en madurez editorial y de contenidos. **Premio Nacional de Periodismo en 1982**, son bastantes los que afirman que nuestra publicación ha llegado a constituirse en una referencia obligada para quienes desean estudiar en detalle el acontecer comunicacional de estos diez últimos años en Venezuela y, en algún grado, en América Latina. Tampoco han faltado quienes la consideran la mejor, en su género, dentro del mundo hispano-parlante. Elogio exagerado, seguramente. En cualquier caso, su desarrollo posterior ha venido a demostrar que aquella primera iniciativa era válida y acertada.

El sentido y la inspiración de la iniciativa original quedaron expresados en los tres breves párrafos de lo que fue la “Presentación” del No. 1. Pensamos que merece la pena reproducirlos aquí íntegros, pues hoy, al cabo de diez años largos, son esas mismas ideas las que básicamente siguen orientando e inspirando nuestro esfuerzo investigativo y editorial.

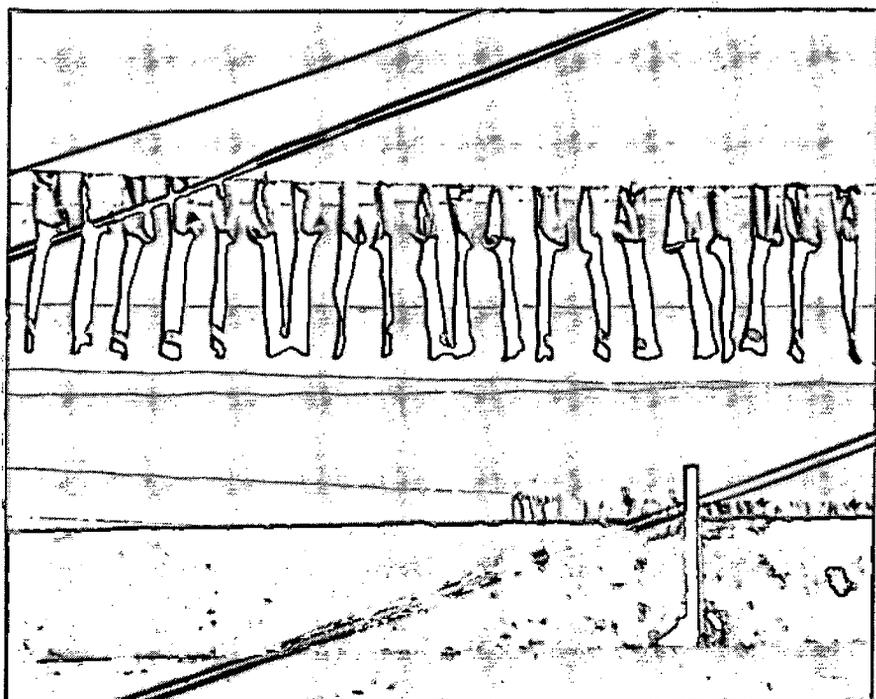
“Este Boletín, cuyo primer número estamos presentando, nace para servir de expresión a las inquietudes que el moderno proceso de la comunicación social suscita, a cada momento, en los profesionales de la misma. Nace, en concreto, por iniciativa de un grupo de comunicadores venezolanos preocupados por el deterioro progresivo de una genuina comunicación social en nuestro país y conscientes de las implicaciones negativas que ese deterioro tiene para el desarrollo político e integral del hombre y del pueblo venezolano”.

“El Boletín es, pues, una “COMUNICACION” sobre comunicación, de comunicadores y para comunicadores. La intención que nos mueve y nos moverá en futuros análisis es exclusivamente constructiva y primordialmente creadora, sin olvidar por ello que frecuentemente una crítica severa y radical es, en este y en otros campos, necesaria condición de posibilidad de lo que, no existiendo, debería llegar a existir”.

“Consideramos vital y urgente liberar las virtualidades expresivas y comunicacionales de nuestros pueblos latinoamericanos, sumidos habitualmente en un silencio obligado. Conscientes de no estar en posesión de la fórmula para dotar a nuestros países de un sistema perfecto de comunicaciones, nada nos impide y mucho nos obliga a que la sigamos buscando. Esa búsqueda tenaz es la gran tarea a la que se orienta, desde su mismo nacimiento, este modesto Boletín”.

Lo que entonces expresábamos suponía —sin prejuicios dogmáticos y en base a diagnósticos serios— una concepción “militante” de la investigación, siempre en “Perspectiva crítica y alternativa” frente al sistema dominante de comunicación social. Nuestra atención estuvo en todo momento centrada en Venezuela y en América Latina, sin perder de vista por ello espacios referenciales más amplios. Esa militancia sin dogmatismos nos hizo lo suficientemente fuertes como para no permitir que nuestra libertad expresiva pudiera quedar hipotecada por eventuales factores o intereses espurios y extraños. Al mismo tiempo, la revista, que ha seguido una definida línea editorial, ha logrado servir de plataforma amplia para una gama variada de estilos y pensamientos. Quizás uno de nuestros aciertos haya consistido, sin mengua del necesario rigor científico, en haber sabido presentar las investigaciones en forma asequible para un público relativamente extenso, trascendiendo así el reducido círculo de los “iniciados”. Pensamos que tan importante como investigar es acertar en la divulgación de lo investigado. El lector habrá apreciado seguramente también nuestro esfuerzo constante por tratar de hacer compatibles la monografía sólida con el seguimiento informativo del fluido acontecer comunicacional.

En esta fecha aniversaria, permitirá el lector que le hagamos partícipe de nuestro verdadero



“secreto”, el secreto que explica el desarrollo modesto, pero francamente saludable, de la revista y del trabajo profesional que trasciende a la revista misma. Dicho secreto consiste en la constitución de un equipo humano muy cohesionado, consecuente y con una elevadísima mística de servicio orientada a “liberar las virtualidades expresivas y comunicacionales de nuestros pueblos latinoamericanos, sumidos habitualmente en un silencio obligado”. Acostumbrados a desarticular críticamente las formas y mecanismos vigentes de opresión comunicacional, preparados para elaborar teorías y evaluar experiencias de “comunicación alternativa” . . . quizás nuestro aporte más substantivo y original consista en nuestra propia práctica, hondamente alternativa, de investigación en equipo.

Volvamos ya la vista al presente. El lector tiene en sus manos el Número Aniversario (51-52), titulado precisamente “10 Años de Comunicación en Venezuela”. En él hay variedad de temas y variedad de firmas. Nos ha parecido conveniente, antes de seguir adelante en nuestro empeño investigativo, echar una mirada complexiva a lo que han sido estos 10 años en el mundo de las comunicaciones. En la sección primera, cuerpo principal de la revista, aparecen tres trabajos sobre “comunicación alternativa”. A continuación se incluyen estudios sobre los diez últimos años de nuestra prensa nacional, televisión, cine (largo y cortometraje), Escuelas de Comunicación, gestión sindical y gremial de los trabajadores de la comunicación. Cierran esta primera parte dos reseñas sobre las políticas de los últimos gobiernos nacionales en el área de la comunicación social.

En la sección documental presentamos cuatro trabajos con temas y estilos variados, pero siempre entre lo vigente y lo alternativo. En la sección bibliográfica se hace la reseña de una parte del libro sobre **El caso de Venezuela: una ilusión en armonía** y se aportan títulos de otros libros sobre comunicación, educación, cultura y capacitación popular. Cierra el número nuestra habitual sección de **informaciones** comentadas.

En este mismo número aniversario y en páginas a color, se anexan dos importantes **índices generales** (temático y geográfico) que ordenan todos los materiales publicados por la revista entre los números 41 y 52, ambos inclusive. Es ocasión propicia para recordar que el índice general de todo lo publicado entre los números 1 y 40 apareció, también en páginas a color, dentro del No. 41-42 de Abril de 1983.

Ahora sólo nos queda seguir mirando al futuro por construir, futuro que por cierto no es sino una sucesión ininterrumpida de presentes. Se inicia ahora una nueva etapa en nuestra revista. Sentimos el legítimo orgullo del deber cumplido, con aciertos y con desaciertos. Pero lo realmente importante es que, radicalmente inconformes con el presente comunicacional, estamos dispuestos a seguir brindando con entusiasmo nuestro modesto aporte para la transformación necesaria y difícil. Nuestros pueblos latinoamericanos, como venimos repitiendo, inveteradamente sumidos en un silencio obligado, acabarán desatando sus propias virtualidades expresivas. De ello estamos seguros. También en esta área de la comunicación social, un proceso de liberación está en marcha.



ESTUDIOS:

SUBVERSIVOS O INTEGRADOS: LO ALTERNATIVO EN PERSPECTIVA LATINOAMERICANA

JOSE IGNACIO REY

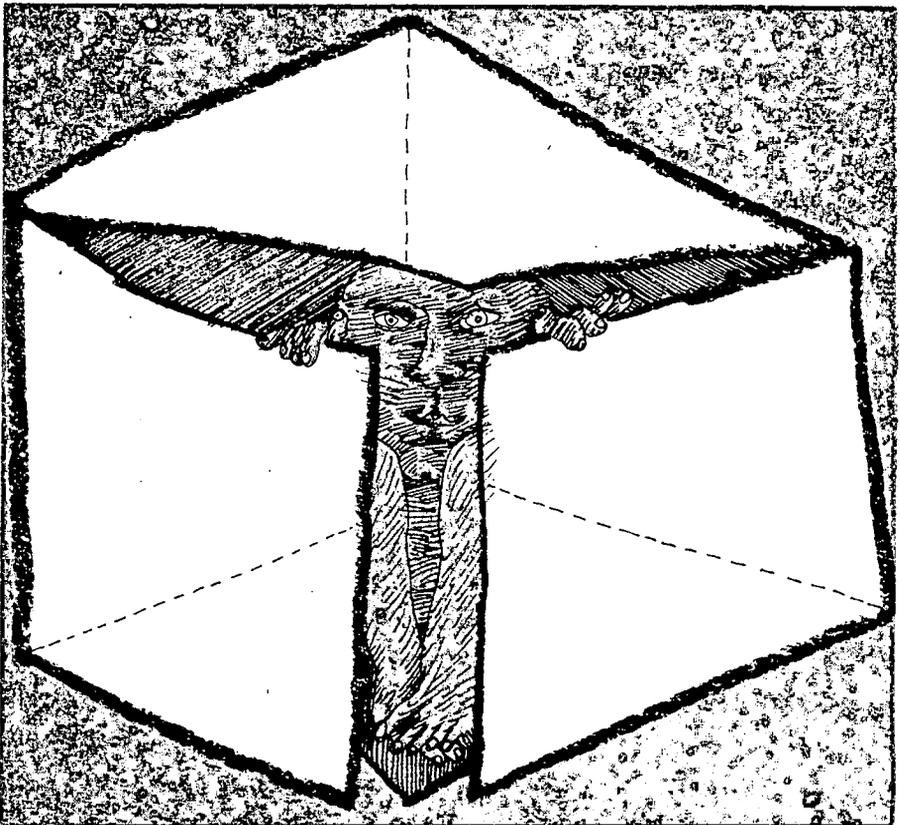
La crisis que vive el mundo occidental es honda y global. Las evidencias están por todas partes y a todos los niveles. El imperio de la racionalidad está llevando al mundo a resultados de extrema irracionalidad. Pareciera que nos encontramos **atrapados sin salida**. La realidad ha venido a dar la razón a las profecías que Orwell hiciera hace varias décadas. Se reducen cada vez más los espacios para una vida verdaderamente humana. Por la vía equivocada de un cierto modelo de progreso, estamos retornando a la barbarie. La ley de la selva parece imponerse en todos los órdenes de la vida. Brutales o sofisticadas, pero siempre envolventes, diversas formas de represión o de control social hacen todavía posible un cierto equilibrio que no por ello deja de ser inestable.

No hay tiempo para lamentos. Las miradas al pasado sólo se justifican en orden a elaborar el diagnóstico de lo vigente. Sobre la base de ese diagnóstico crítico, los esfuerzos de la humanidad deben concentrarse en lo alternativo. Es preciso diseñar y construir a todos los niveles un "nuevo orden". La tarea no admite demora. Muchos hombres y mujeres, que captaron a tiempo la gravedad de la tragedia inminente, situados entre lo vigente y lo alternativo, están empeñados en **inventar un futuro humano**.

Dentro del marco general de esas búsquedas de lo alternativo, en este breve ensayo centraré mi atención en el área específica de las comunicaciones, plenamente consciente —eso sí— de que cada vez menos existen áreas independientes en la vida social. **La crisis de la "aldea global"** es, en el fondo, la crisis de las relaciones sociales de quienes la habitan. Y es precisamente la comunicación la que guarda una relación más estrecha de causa-efecto con esa profunda distorsión de las formas de convivencia entre personas y entre pueblos. El mundo de las comunicaciones siempre ha sido factor clave para la buena o mala estructuración de la vida social; estructuración por la que, a su vez, aquel mundo queda determinado. Todo ello es ahora particularmente evidente. De hecho, las guerras son hoy de información; las computadoras han invadido el mundo del trabajo; el tiempo de ocio lo cubre la televisión; la competencia comercial es prácticamente inexis-

tente fuera del marco de la publicidad; la sobresaturación informativa misma tiende a convertirse en desinformación y propaganda. Dejando a un lado las razones medulares que explicarían el complejo fenómeno, es oportuno, a modo de ejemplo, llamar la atención sobre un solo dato concreto: en 1990 la mitad de la fuerza laboral de los Estados Unidos de Norteamérica estará empleada en el sector de la comunicación. Sobre la base, pues, de una **influencia tan avasallante**, no puede extrañar a nadie el hecho de que las investigaciones y las experiencias sobre lo alternativo se hayan centrado de una manera muy especial en el área de las comunicaciones.

En los últimos diez o quince años, el tema de la "comunicación alternativa" ocupa de hecho un puesto muy privilegiado en el trabajo de los investigadores de la comunicación. Desde hace aproximadamente diez años, también nuestro equipo y nuestra revista COMUNICACION vienen estando sistemáticamente empeñados en fomentar experiencias y en elaborar formulaciones teóricas en "**perspectiva crítica y alternativa**". No intentaré ahora resumir los logros de esas experiencias ni los resultados de nuestras indagaciones teóricas. Me limitaré a hacer algunas reflexiones que nacen sencillamente de quien por un momento se detiene en el camino, mirando hacia atrás y sobre todo hacia adelante.



Parece evidente que "lo alternativo" en comunicación no tiene una definición estable, universalmente válida. Ni la tiene, ni puede tenerla. Lo alternativo hace referencia a lo vigente y lo vigente o no es idéntico o no se percibe como idéntico desde perspectivas espacio-temporales diferentes. Aunque ciertamente existen formas hegemónicas de comunicación a escala mundial, las mismas están en constante evolución y, además, no ejercen su hegemonía con la misma intensidad o de la misma manera en las diferentes geografías. Nuestra óptica sobre lo alternativo es obviamente latinoamericana, pero seguimos con la mayor atención la variada producción teórica que, sobre el mismo tópico, proviene de otras fuentes.

Desde nuestro punto de vista, cualquier propuesta de comunicación que pretenda ser alternativa presupone, como condición negativa, el rechazo fundamental de la estructura comunicacional hegemónica vigente. Dicha estructura produce o reproduce, de manera ciertamente no accidental, relaciones de dominación que —paradójicamente y por la alienación inducida de su propia conciencia— se mantienen incluso con la complicidad del dominado. Suponemos que esa complicidad es relativa y, desde luego, reversible. Relativa no sólo porque, en nuestro contexto latinoamericano, partes substantivas de nuestra población no tienen todavía, ni siquiera en calidad de receptores pasivos, acceso antiguo o regular a los grandes medios de comunicación de masas; sino, también y sobre todo, porque de hecho existen indicios suficientes para pensar que, no obstante el impacto traumático de una transculturización alienante y de por sí compulsiva, la capacidad de resistencia cultural de nuestros pueblos está lejos de haberse agotado. Ahí está precisamente el fundamento de nuestra esperanza. Es posible la reversibilidad del proceso y es posible también, por tanto, una comunicación alternativa.

Me referí antes a la esencial ambigüedad de lo alternativo, sobre todo cuando la experiencia o la teoría respectivas no aparecen claramente contextualizadas. Origen también de ambigüedad o de insuficiencia es el hecho de que, sobre la base del recurso todavía casi universal al esquema clásico "emisor-medio-receptor", muchos de quienes ensayan o indagan en lo alternativo ponen el énfasis en una sola de las partes del modelo, con exclusión, al menos implícita, de las dos restantes. Nosotros pensamos que una genuina alternatividad comunicacional en América Latina supone o exige la subversión de todo el modelo.

Me parece importante insistir en lo anterior. No se logra una verdadera comunicación alternativa simplemente quitando el poder emisor de mensajes a las personas o grupos que hasta ahora lo venían detentando, para entregárselo a otros grupos o personas. Tampoco basta cambiar los contenidos o el tipo de valores transmitidos. Ni siquiera la forma del mensaje. La comunicación alternativa no es pura "contrainformación", como algunos parecen haber propuesto. El problema no reside en modo alguno en la utilización excluyente de micro-medios, medios de desarrollo intermedio o grandes medios. Algo ingenuo y bastante problemático, por muchas razones, es poner el acento solamente en la pureza y en las capacidades ocultas del receptor. Esas y otras alternativas parciales de comunicación, aisladas, aun siendo valiosas en sí y consecuentemente no desestimables, no constituyen propiamente lo que en esta "subdesarrollada" parte del mundo comúnmente se entiende por comunicación alternativa.

Naturalmente, cabe preguntarse si la pretensión de subvertir globalmente todo un modelo comunicacional no entra ya en el terreno de la utopía. Es posible. A este respecto y dicho sea de paso, no debe olvidarse que las utopías nacen siempre a partir de necesidades reales, de situaciones extremas y, en todo caso, iluminan procesos en marcha, aquí indiscutiblemente reales. Se habla de subversión total del modelo porque de lo que se trata, en el fondo, es de la producción

de **nuevas relaciones sociales a todo nivel**. Se trata, sí, de subvertir, desde la comunicación, todo un "orden" moral, económico, social, político, tecnológico, simbólico. Ni más ni menos. El modelo vigente de comunicación no es ya sólo reproductor de relaciones sociales de dominación; es productor privilegiado de las mismas. Los medios de masas no sólo transmiten una realidad falsificada; son ellos mismos creadores de una realidad que atenta contra lo humano. En este sentido es insoslayable el planteamiento de una ruptura total. La comunicación alternativa se tiene que ir desarrollando en y para una **sociedad alternativa**. Instrumento creador y expresión, a la vez, de una sociedad nueva. Lo radicalmente nuevo, hoy y aquí, no puede ser sino "contracultura".

Cabe preguntarse también por el sujeto histórico llamado a crear y a poner en marcha el nuevo modelo. No es fácil poderlo precisar. Pienso que una teoría de la comunicación alternativa o popular, si pretende un estatuto científico riguroso y superar una mera connotación romántica o pseudo-romántica, no puede prescindir de una **teoría de las clases sociales**. Igualmente pienso que la teoría de las clases sociales es sólo un instrumento flexible para el diagnóstico de realidades que, además de ser extraordinariamente complejas cada una, no son idénticas entre sí y siempre son cambiantes. Si bien es cierto que la sofisticación engañosa del modelo vigente, como apuntábamos arriba, logra establecer un sistema de dominación con la complicidad relativa del dominado (en algún grado, además, los dominados también son inducidos a dominar), no menos cierto es que el **reservorio para lo alternativo** está dentro del campo de los dominados. En orden a la delimitación de ese campo, pienso que es de fundamental importancia subrayar que las clases sociales dominadas no se definen exclusivamente por su posición en las relaciones de producción, sino también por sus respectivos sistemas de identificación cultural. Los límites de la marginalidad comunicacional no coinciden exactamente con los de la marginalidad económica y, por consiguiente, tampoco coinciden los de la dominación económica y los de la dominación cultural, si bien ambos están cada vez más confundidos e imbricados. A este respecto, es de fundamental importancia seguir analizando los mecanismos de producción y los efectos de la "plusvalía ideológica". En las sociedades actuales, la posesión de bienes sigue definiendo a las clases sociales; pero los bienes, simulados y simuladores en este caso, son hoy tanto o **más simbólicos que materiales**. En el mundo contemporáneo, los modos sociales están básicamente contruidos a partir de las comunicaciones. La comunicación alternativa deberá ser prototonizada, pues, por todos aquellos que, aun habiendo sido víctimas en algún grado, tienen capacidad de resistencia y no están dispuestos a dejarse atrapar en el futuro por esa gigantesca, transnacional, asfixiante red de símbolos sin sentido.

Desde nuestra perspectiva de lo alternativo y en términos generales, **dos son las tareas principales**, tanto a nivel de práctica como de teoría. Ayudar a los dominados a que tomen conciencia de la dinámica cultural en curso y estimular su propia capacidad de contrastar la tendencia y de elaborar una contracultura. Dicho en otros términos, se trata de que los comunicacionalmente dominados abran espacios para la expresión propia, practiquen formas inéditas de relaciones sociales, liberen una cultura renovada y renovadora, asuman el reto histórico de oponer una resistencia cultural más y más orgánica frente al proyecto de dimensiones transnacionales, que afecta a América Latina de un modo particularmente grave. Por lo ya brevemente esbozado, creo que queda suficientemente claro que el conjunto de experiencias genuinas orientadas a posibilitar una comunicación alternativa tiene un **profundo sentido político** y se enmarcan en el proceso de liberación de nuestros pueblos. En este sentido, es de vital importancia reconectar las formas comunicativas con la práctica de las bases populares, actoras de procesos liberadores en curso, así como ligar el fenómeno cultural con la vivencia de sus luchas diarias. Más en concreto, las nuevas formas de comunicación deben ser vínculos instrumentales y también reflejos de formas

nuevas de **organización y movilización**. Todo ello constituye un ambicioso proyecto, alternativo también, de **educación liberadora y popular**.

El carácter utópico de un proyecto de tales dimensiones no nace en modo alguno de la globalidad de sus intenciones subversivas. Utópico sería concebir la comunicación alternativa ignorando que la misma es un proceso —largo y difícil, por cierto— y es, además, un **proceso abierto de acciones parciales convergentes**, pero no necesariamente simultáneas. Dentro de esta concepción orgánica y global, un único proyecto de comunicación alternativa no podrá desestimar iniciativas parciales, ya que se nutre precisamente de las mismas. Unas se desarrollan a escala nacional, otras a escala internacional. Unas tienen que ver con el contenido y los valores a transmitir, otras con la forma y el lenguaje. Unas afectan principalmente al emisor, otras al medio, otras finalmente al receptor. Algunas se inspiran en actitudes de resistencia explícita a lo vigente, otras expresan más bien actitudes de búsqueda y creación de lo alternativo. Imposible enumerar aquí las múltiples, variadas y ricas experiencias parciales que se inscriben dentro del proyecto global de comunicación alternativa y que, en estos diez, quince o veinte últimos años, se han venido desarrollando a todo lo largo y ancho del mapa de América Latina. Es pronto todavía para evaluar sus resultados y, sobre todo, para medir su impacto de conjunto, pero ya puede afirmarse sin riesgo de equivocación que **algo muy nuevo y muy propio está en marcha**.



Para ser completamente consecuente con el espíritu subversivo que anima a mis reflexiones anteriores, quisiera hacer ahora el intento de subvertirlas todas, de alguna manera. Por eso afirmo aquí que la comunicación alternativa, en cuanto tal, no sólo es indefinible —cosa que ya se dijo arriba—, sino que, además, ni existe ni puede existir como proyecto —cosa que no se dijo arriba, más bien se dijo lo contrario—. Antonio Pasquali define la comunicación en general como un “intercambio de mensajes con posibilidad de retorno no-mecánico entre polos igualmente dotados de máximo coeficiente de comunicabilidad”. De ser válida la definición —y creo que lo es—, lo que venimos postulando como comunicación alternativa no tiene en verdad nada de alternativo. Postulamos simplemente que la comunicación humana sea posible. Lo cual, por cierto, no tiene nada de subversivo. Subversivo es —¡y mucho!— el sistema vigente en América Latina, que impide que los seres humanos se comuniquen y se relacionen humanamente. Nuestro proyecto no subvierte nada, fuera de la incomunicación establecida. La acción de subvertir la subversión es una acción nada subversiva. **Ni subversiva, ni integrada**. Es bueno que conste.

10 AÑOS DE & ALTERNATIVAS EN COMUNICACION?

TULIO HERNANDEZ

COMUNICACION ALTERNATIVA, a diferencia de otras proposiciones y "consignas" democratizadoras en el terreno de las comunicaciones, generó desde los inicios de su popularización deslumbramientos y rechazos. Para unos, tal y como ha sido planteado, lo alternativo no es más que una vaga y sospechosa idea que significa un atraso, un retroceso, que conduce al abandono de las más importantes luchas por la democratización del aparato comunicacional masivo dominante en nuestros días y un retorno a la marginalidad de las luchas de "base" propias de caducas estrategias de las izquierdas latinoamericanas. Para otros, lo alternativo en comunicación es la nueva esperanza, el mejor frente de lucha posible en sociedades (como las latinoamericanas) donde las relaciones de Poder son, en definitiva, relaciones autoritarias al servicio de poderosos grupos económicos y círculos restringidos de decisión política. Entre ambos extremos diversas posturas se hallan en juego. Desde aquellas que se interesaron por lo alternativo como moda académica, y jugaron con ello a la elaboración de Tipos Ideales, hasta aquellas otras que se han dedicado a una acción permanente e innovadora rescatando el sentido político y la acción comunitaria de las nuevas propuestas.

Podríamos entonces comenzar diciendo que las propuestas de Comunicación Alternativa forman parte del conjunto de proyectos democratizadores de la comunicación que, precisamente, cobraron fuerza y se sistematizaron a lo largo de esta última década. Y añadir que, tal vez, en ellas se resumen los más amplios esquemas de comprensión de los procesos comunicativos con las más radicales propuestas de transformación.

1.- La democratización de las comunicaciones: del optimismo al desencanto.

En la década que va de 1975 a 1985, el lapso de existencia de la Revista Comunicación, hemos sido partícipes del paso de un período de certezas, frases absolutas y optimismos inmediatos a un tiempo de incertidumbres, confusiones políticas, tendencia creciente al conservadurismo y, en general, de desencanto frente a las posibilidades democratizadoras de los aparatos de difusión e información masiva.

Las esperanzas colocadas en la factibilidad de democratizar desde arriba, en su propio seno, el funcionamiento social de los grandes Medios encontraron su momento de apogeo a mediados de los años 70. Las luchas tercermundistas por la creación de un Nuevo Orden Informativo Internacional, las acciones de países latinoamericanos por elaborar y poner en práctica Políticas

Nacionales de Comunicación que corrigieran los abusos y la impunidad con que se manejaban los medios empresariales y gubernamentales y, en el caso venezolano, la realización del Proyecto Ravelte (1975), primera gran iniciativa gubernamental para dotarse de un informe integral sobre políticas de Radiodifusión, creaban un escenario donde el optimismo democratizador tenía suficiente cabida, incluso, en los sectores de la investigación universitaria tradicionalmente enfrentados y críticos del funcionamiento de estos aparatos.

Habían muchas otras razones para ser optimistas. A pesar de lo trágico de sus resultados finales, aún estaban frescas las secuelas del impacto producido por las innovaciones en el uso de los Medios experimentados en el Chile de Allende, bajo la consigna de "devolver la palabra al pueblo" y en el Perú de Velasco Alvarado, en el ya legendario intento de hacer que los grandes diarios fueran directa y democráticamente administrados por sectores laborales, profesionales, campesinos y obreros del país.

En Venezuela, la amplitud ideológica, el ímpetu nacionalizador y la ebridad de dólares que caracterizó al período de gobierno de Carlos Andrés Pérez, además de la ley del CONAC y el Proyecto Ravelte, permitió un vigoroso impulso financiero para el desarrollo del cine nacional, aceleró los primeros intentos gubernamentales por reglamentar la televisión instituyéndose la noción de televisión y telenovelas "culturales", y emprendió un conjunto de iniciativas legislativas que parecían anunciar un nuevo tipo de relación entre el sistema de difusión masiva predominantemente empresarial y los demás sectores integrantes de la sociedad venezolana.

Sin embargo, muy pronto la realidad se encargó de demostrar lo contrario. El esfuerzo realizado por investigadores y planificadores de la comunicación social va encontrar abierta resistencia y oposición por parte de los sectores empresariales quienes, amparados en los principios de la "libre empresa" rápidamente hacen claudicar a los sectores gubernamentales e, incluso, logran hacer desaparecer de la discusión tanto el mencionado proyecto Ravelte, como la idea general de Políticas Nacionales de Comunicación.



De allí en adelante, salvo notables excepciones como la creación del Fondo de Fomento Cinematográfico, las proposiciones posteriores (Planes de la Nación, Consejo Nacional de las Comunicaciones, propuestas de participación de los periodistas en las políticas informativas y de opinión de los medios, iniciativas de cogestión, derechos de los lectores y espectadores) van a correr la misma suerte. Y lo que es peor, el final de la década analizada, 1985, nos toma por sorpresa en un país donde la opinión disidente es cada vez más retringida; donde los flujos "unidireccionales" de información se han consolidado en vez de diversificarse; donde el optimismo por los beneficios de la planificación y la presencia de "la dimensión comunicación y cultura" en los Planes de la Nación, ha cedido el paso al escepticismo y al acto "formal" de enunciar políticas y metas sin que se piense siquiera en la posibilidad de su realización; donde el cierre de emisoras de radio, al encarcelamiento de cineastas, la prohibición de exhibición de películas venezolanas, la censura previa e impedimento de acceso de los periodistas a cubrir la masacre de Cantaura ejecutada por los "organismos del seguridad del Estado", el uso ventajista de las emisoras gubernamentales en la reciente contienda electoral, el regreso de los canales de televisión a las viejas y aberradas formas y temas narrativos de las radionovelas cubanas, la elaboración de expedientes a periodistas por parte de la policía política, por sólo nombrar los casos más sonados, se convirtieron en situación "normal" durante los últimos años.

A esto hay que añadirle la peligrosa conversión de los grandes Medios en aparatos de propaganda personal que hace de los "hijos de empresario" nuevos líderes de opinión que les permiten situarse, incluso, por encima de los partidos y de la sociedad en su conjunto. Y su contrapartida, la desaparición de la prensa política de oposición y, en medida preocupante, de los nuevos y pequeños intentos de una prensa comunitaria, al tiempo que las prácticas sindicales y gremiales evidencian su incapacidad para incidir en las modalidades de funcionamiento de los grandes aparatos de difusión, más allá de las cláusulas reivindicativas y la defensa de la "libertad de expresión".

2.- La Comunicación Alternativa: ¿nuevo proyecto democratizador?

Junto a la historia arriba narrada —ligada casi exclusivamente al funcionamiento de los Grandes Medios y Sistemas Multinacionales de Información— otras historias, acciones y procesos y, simultáneamente, otras líneas de reflexión se venían tejiendo desde finales de la década 60 hasta alcanzar cierto grado de formalización a comienzos de los 80. Sus preocupaciones fundamentales se reúnen en el término Comunicación Alternativa.

Resultado de la condena a la **lógica de funcionamiento** del Sistema de Difusión Masiva —en tanto que aparato centralizado en pocas manos, ubicado al margen o por encima de la sociedad y negador de la auténtica comunicación— en América Latina (al igual que en USA y Europa) se produjeron intentos de enfrentar o neutralizar sus efectos a través de formas locales y dialógicas de comunicación, campañas de concientización a nivel de base o creación de mecanismos de información y comunicación que pudieran "contrainformar" y crear nuevos vínculos de solidaridad entre los sectores populares y sus organizaciones políticas, sindicales, comunales, religiosas o educativas.

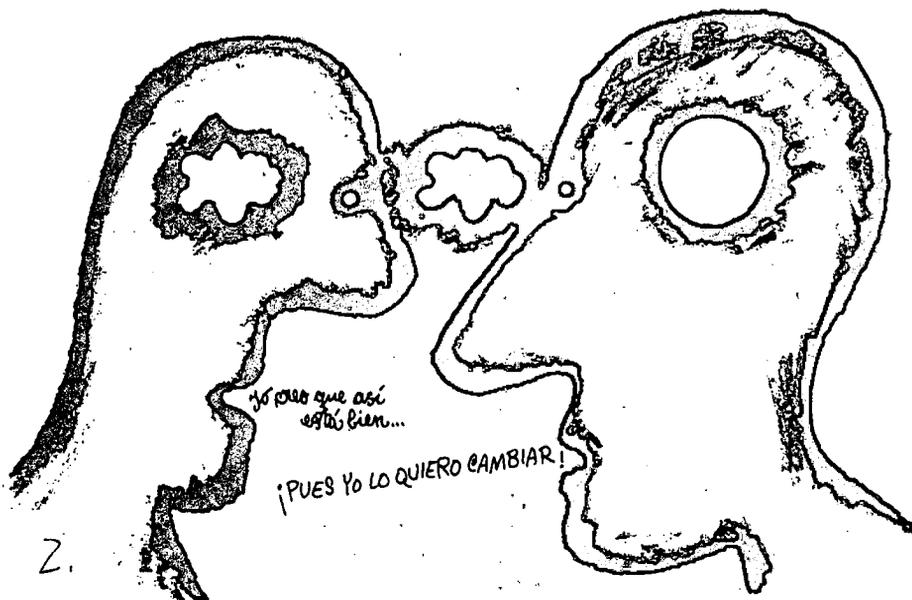
Superando el período del "denuncismo ideológico" (del tipo: "los medios de comunicación transmiten la ideología de la clase dominante"), y del pesimismo generado por la aceptación acrítica de las tesis de la Escuela de Frankfurt (que sólo dejaba ver las huellas de la enajenación y el papel de víctima del "hombre masa"), también los sectores académicos comenzaron a incursionar en un nuevo proyecto y en nuevas teorías de acción y de réplica política y comunica-

cional que condujeron a la puesta en boga, al interés simultáneo por el estudio de las Culturas Populares y la llamada Comunicación Alternativa.

El optimismo se desplazó paulatinamente hacia los procesos comunicativos que existen al margen, o en relación conflictiva, de los grandes medios de difusión masiva y hacia las formas de oposición y resistencia por ellos mismos generadas. En confluencia con las nuevas proposiciones y nuevas sensibilidades surgidas en otros terrenos —la tecnología alternativa, la medicina alternativa, la participación social por vías no tradicionales: asociaciones de vecinos, grupos autogestivos, cooperativas, —el énfasis se coloca en crear una comunicación de formas nuevas que sustituya la relación de dominación implícita en la estructura unidireccional y autoritaria de la difusión masiva dominante, y que apunte, por tanto, a romper con el papel de pasivo espectador que se le ha asignado a las mayorías intentando que éstas además de consumidoras sean protagonistas de acontecimientos, mensajes, informaciones.

A diferencia de lo sucedido en otros países, donde el término **Alternativo** se ha aplicado por igual a experiencias renovadoras que significaran un cambio de uso y función de los Medios Masivos y a todas las formas de comunicación que emerjan como respuesta al sistema dominante (tal como ha sido usado en el informe MacBride, o en las proposiciones de Fernando Reyes Matta (1) o Máximo Simpson (2)), en Venezuela la noción de Comunicación Alternativa nace asociada casi exclusivamente a lo que en propiedad puede llamarse comunicación horizontal, grupal o participatoria cuyo énfasis está colocado en experiencias micro donde, efectivamente, puede producirse, de manera harto evidente, la famosa reversibilidad de los polos emisor-receptor asumida por la mayoría de sus defensores como el rasgo clave de esta "nueva" forma de comunicación.

Por otra parte, en lo que podríamos denominar el desbordamiento de la realidad por la teoría, la tendencia a crear **modelos apriori** sobre lo que es y lo que no es comunicación alternativa ha convertido la noción en "algo que no existe en la realidad", en una utopía, un "modelo



por construir", en un proyecto no verificable en la actualidad como la característica fundamental asumida por "lo alternativo" en el terreno académico.

Sin embargo, con el transcurso del tiempo, se produjeron tan diversos intentos de teorización y tantas experiencias se adjudican el nombre de "alternativo" (desde las proposiciones oficiales del Informe MacBride, hasta las radicales conclusiones que produjeron las lecturas del francés Baudrillard) que realizar un primer balance sobre los alcances y logros de las experiencias "alternativas" en comunicación no resulta nada fácil. Por esta razón, antes de proceder a fijar un conjunto de definiciones conceptuales intentaremos una rápida visión sobre cuáles experiencias venezolanas muestran rasgos alternativos dentro de nuestra actual situación política, cultural y comunicacional.

Nos permitiremos adelantar dos criterios claves: en primer lugar, que asumimos el carácter eminente y estrictamente coyuntural de lo alternativo, esto significa que la alternatividad de una experiencia o situación comunicacional sólo es definible en relación al contexto social y al momento en que se produce; en segundo lugar, que apartir de ahora hablaremos de "alternativas comunicacionales" o de "experiencias alternativas de comunicación" y no de Comunicación Alternativa, pues más que a un proyecto democratizador o un proyecto político, haremos referencia a un conjunto de prácticas que a distintas escalas y niveles, y por distintos medios, se oponen a, o enfrentan lo dominante-autoritario y las distintas formas de incomunicación y pasividad generalizada en la sociedad.

3.- ¿Cuáles han sido las experiencias alternativas en Venezuela?

Dejando suficientemente claro que no se trata de una relación exhaustiva, procedemos a señalar los más importantes tipos de experiencias desarrolladas en nuestro país como parte de la búsqueda de "alternativas comunicacionales", haciendo énfasis en sus relaciones con procesos de organización y participación popular. Veamos.

3.1. Las Alternativas Comunicacionales en Venezuela, ya lo dijimos, se hayan predominantemente ligadas a experiencias locales, micro, y en el más amplio de los casos, regionales. Tal vez, el área de donde ha existido una mayor conciencia de lo "alternativo", y esto es explicable por la ascendencia de algunos autores como Paulo Freire, ha sido en la de las experiencias pedagógicas (EFIP, CESAP, CEPAP, etc.) que se han interesado por generar un tipo de capacitación "popular" de formas nuevas, dirigido a la preparación de estos sectores para tomar posición y enfrentar sus difíciles condiciones de existencia a través de la organización colectiva y la participación. Dentro de esta preocupación educativa, el interés por los aspectos comunicacionales ha sido muy bien cuidado, prestando especial atención a todo aquello que tiene que ver con recursos instruccionales y divulgativos (sonoviso, cassette-foro, talleres de comunicación grupal, periódicos populares artesanales, periódicos murales) que capacitan a sus miembros para convertirse en creadores y difusores de comunicación e información en sus propias comunidades.

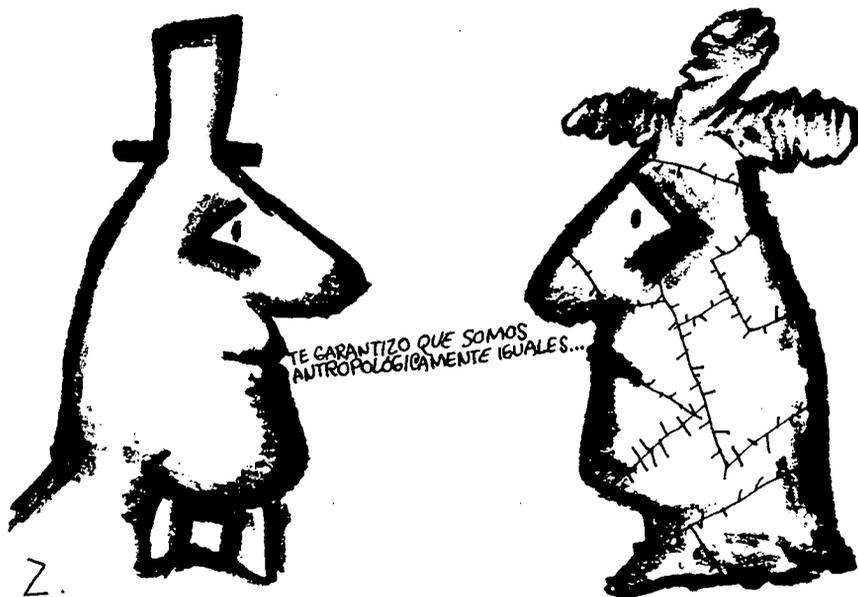
3.2. Otra tendencia la localizamos en lo que podríamos llamar las asociaciones comunicacionales de base, distinguiendo entre ellas:

- aquellas desarrolladas por iniciativas autónomas de un grupo activista de la comunidad que intenta hacer uso de medios diversos (prensa, cine, video, megáfono, teatro, muralismo) para motivar la organización frente a un problema particular (por ejemplo, un desalojo), pero sin crear infraestructuras o medios estables (un periódico) sino en función de la coyuntura.
- aquellas desarrolladas por la intervención de una organización externa a la comunidad en

cuestión, realizada generalmente con fines concientizadores o con la intención de operar como "catalizador" de las iniciativas y necesidades comunicacionales-reivindicativas de la comunidad.

- aquellas generadas por la apropiación de espacios colectivos para la transmisión libre de mensajes e informaciones pertinentes al seno de la comunidad (muralismo popular, radio-parlante local, reactivación de fiestas y formas de reunión tradicionales).

Las actividades de base, donde el énfasis se coloca más en el proceso mismo, en la carga ideológica de la experiencia y en el logro de una comunicación directa, cara a cara, tiene su antecedente en formas diversas de educación, adoctrinamiento y "concientización" política y religiosa y formas contemporáneas de organización popular autónoma generadas en la ciudad y el campo con el objeto de defender los intereses locales, de clase o étnicos.



3.3. En otra área encontramos lo que Daniel Prieto ha denominado la **Comunicación intermedia**, aquella que demanda una organización de base en la que son elaborados y difundidos mensajes en forma continua y sistemática. Mensajes que a su vez podrían ser discutidos en el interior de otros grupos de base, con enlaces suficientes como para realimentar a sus elaboradores en un proceso permanente de ida y vuelta.

En nuestro país existe una larga y diversa experiencia en este tipo de alternativas comunicacionales, muchas de ellas ligadas a la experiencia de movimientos sociales, asociaciones de vecinos, partidos, sindicatos, gremios, frentes culturales y grupos religiosos, generalmente interesados en mantener un "diálogo" educativo o "contrainformativo" con aquellos sectores que conforman sus bases sociales o que han sido elegidos como interlocutores fundamentales.

Entre los fenómenos más recientes destaca el intento por crear un servicio de noticias alternativo para los sectores obreros que funcione como una especie de agencia popular de noticias, que dió origen al boletín **INFORMA**. También vale la pena citar la reciente fundación de la Aso-

ciación Venezolana de Prensa Vecinal, que intenta nuclear a distintas publicaciones Vecinales con el objeto de reforzar su actividad tanto en lo relativo a la capacitación y apoyo de las distintas experiencias como a la creación de servicios internos de información.

En la base de la creación de esta asociación se hayan tres Encuentros de Prensa Vecinal, realizados en los últimos años en los que participaban LA VEGA DICE, periódico de la parroquia del mismo nombre que logró una alta circulación; LA VOZ DE CARICUAO, ALTERNATIVA DEL CAFETAL, EL PASTOREÑO, EL GUARATARO PREGUNTON, y otras publicaciones que variando en sus formatos de organización e información no profesionalizados y circulando al margen de los mecanismos empresariales tradicionales, poseen un tiraje que oscilaba entre los 1.000 y 4.000 ejemplares.

Estas experiencias constituyen uno de los más interesantes intentos por dotarse de medios de comunicación propios en el seno de comunidades organizadas; sin embargo, la excesiva "despolitización", la irregularidad de su aparición y el carácter "centralizado" a nivel local de la elaboración de los mensajes, así como el debilitamiento de las organizaciones "emisoras", ha hecho desaparecer o afectan grandemente algunas de estas publicaciones.

3.4. En otro orden de ideas, podríamos hablar del uso **alternativo y comunitario de medios masivos**, destacando entre ellos el **Proyecto** de televisión comunitaria de Caricuao, basado en la idea de producir una televisión gestionada y realizada de manera colectiva por las organizaciones existentes en la parroquia: Frentes Culturales, Movimientos Ambientales, Instituciones Educativas Locales, Grupos de Rescate, Grupos de Teatro y Literatura, Grupos Musicales y el Centro de Aprendizaje Permanente de la Universidad Simón Rodríguez ubicada en el sector. Su objetivo fundamental desborda los marcos de la llamada televisión regional al intentar generar un canal abierto a la comunidad local.

Hasta el momento, a pesar de ser sólo un proyecto, el equipo promotor ha producido un conjunto de videos y se ha abocado a la realización de Talleres que contribuyan a la capacitación técnica de miembros de la comunidad que funcionarían como facilitadores en la producción de los programas futuros. El grupo afirma: "sostenemos que sí puede haber comunicación a través de los medios (difusión) llamados masivos. Sostenemos que podemos hacer un experimento comunicacional a través de la tv. Que sea ésta un instrumento de diálogo y de coloquio entre personas, que a través de ella podemos intercambiar ideas para mejorar nuestro ambiente y a nosotros mismos, nuestro nivel de vida y nuestras formas de diversión". (4).

Otra experiencia que podemos incluir con las reservas del caso, la representan los **intentos de regionalización de Medios tradicionalmente centralizados** como es el caso del surgimiento de Plantas Televisoras Regionales: AMAVISION, de Puerto Ayacucho, TELEBOCONO, NIÑOS CANTORES TELEVISION de Maracaibo; TELEVISORA ANDINA DE MERIDA. Estas emisoras, tres de ellas en manos de organizaciones religiosas (AMAVISION, del grupo salesiano, TAM, del episcopado de Mérida, y el Canal 11 de Maracaibo de la Fundación Niños Cantores) son formas regionales que responden a criterios tradicionales de televisión más que a una concepción participativa y comunitaria del medio. Sin embargo, en relación a la centralización de la información y al predominio e imposición de los mensajes emitidos por y sobre la región capital, estas iniciativas ilustran las inmensas posibilidades de una mesotelevisión que puede acortar la distancia entre emisores y receptores y que podría, además, reforzar planes locales de educación, informar a la población sobre actividades que la involucran directamente, promover la revaloración de manifestaciones culturales regionales, promover la participación de los públicos y compensar los desniveles centralizadores dejados por la televisión de Caracas. Aunque la mayo-

ría de las televisoras regionales funcionan como centros eminentemente difusores, representan una alternativa posible para una gestión diferente frente a la macrotelevisión centralizada.

Por último, dentro del renglón de uso alternativo de Medios, encontramos la experiencia del Cine Documental venezolano como instrumento de información, contrainformación y motivación para la organización popular. Desde mediados de la década 60, pero con más fuerza desde los años 70, el cine documental, por su relativa independencia de producción y la flexibilidad de los formatos utilizados, ha permitido que cineastas de alta sensibilidad social y compromiso político, produzcan un conjunto de filmes que han logrado confrontar a los espectadores con temáticas y puntos de vista, generalmente excluidos de los grandes medios de difusión. El Cine Documental ha permitido "contrainformar" sobre situaciones —la penetración etnocida en las comunidades indígenas, los aportes tecnológicos o artísticos de creadores populares, ecodios, crítica de los valores consumistas —que de otra manera hubiesen permanecido ocultos o con muy escasa repercusión a nivel nacional.

Sin embargo, a pesar de esta contundencia y a pesar de que los filmes más atractivos han logrado generar verdaderos circuitos alternativos a través de cine-clubes, institutos de educación, sindicatos, colegios profesionales, etc., no se han podido constituir redes sólidas que permitan hacer fluir con mayor eficacia estas producciones generalmente desterradas de los circuitos comerciales y del acceso a la televisión.

3.5. Para concluir esta enumeración ilustrativa, detengámonos un momento en las **prácticas alternativas dentro de los grandes medios**. De inmediato podemos afirmar que Venezuela es uno de los países donde existen menos prácticas Alternativas a nivel de los Medios Masivos. Ni en sus contenidos, ni en su forma de propiedad o gestión (a pesar de los acuerdos de cogestión aprobados en el Congreso de la CTV), ni siquiera en logros parciales de participación de los gremios profesionales. A diferencia de México, Colombia, Bolivia, República Dominicana, y hasta el propio Chile, donde existen canales de Radio y Televisión manejados por sectores distintos a los empresariales y gubernamentales (Universidades, Organizaciones sindicales, grupos religiosos, asociaciones civiles), en Venezuela, prácticamente todo el espacio impreso y el espectro radioeléctrico se halla copado por el monopolio compartido entre los grandes sectores empresariales y los gobiernos de turno; y salvo esporádicas y breves iniciativas (p. ej. edición de CUARTILLA y TUBAZOS) el sector profesional de los medios ni siquiera hace un aprovechamiento "alternativo" de la hora de televisión que por contrato colectivo le asignan los canales de televisión a su sindicato de trabajadores.

Tal vez, las únicas iniciativas innovadoras se han gestado a nivel de contenidos que eludiendo los condicionamientos formales de los medios han logrado insertar cambios sustantivos, generalmente efímeros, en algunos formatos y secciones. Ya son clásicas las referencias a las innovaciones de J.I. Cabrujas dentro del género telenovela en la época de LA SEÑORA DE CARDENAS; y recientemente se pueden incorporar los aportes "dialógicos" y de amplitud ética aportados por el programa de opinión A PUERTA CERRADA.

4.- ¿Hay razones para ser optimista en torno a "lo alternativo"?

A diferencia de los Proyectos de democratización en el seno mismo del funcionamiento del aparato massmediático, cuyo fracaso o éxito parcial puede ser fácilmente cuantificable por su evidente impacto y repercusión social, los alcances de las prácticas alternativas de comunicación, locales o nacionales, no pueden ser verificables o detectables con la misma precisión. En

primer lugar, porque éstas han sido a lo largo de esta última década esencialmente dispersas, efímeras, y sumamente vulnerables debido a la ausencia de organizaciones de base sólidas, a la mediatización y burocratización de las organizaciones sindicales, a las limitaciones clasistas de las organizaciones gremiales y a los todavía incipientes intentos de nuevas formas de agrupación y participación social que superen la hegemonía bipartidista y la "participación por delegación". En segundo lugar, porque aquellas iniciativas de base que tienen mayor continuidad y solidez, no están lo suficientemente interrelacionadas, o al menos estudiadas, como para tener datos más confiables que sus encuentros periódicos (algunos verdaderamente numerosos) en eventos nacionales de participación popular.

Sin embargo, a riesgo de equivocarnos, podemos afirmar que en Venezuela vivimos actualmente una situación de debilitamiento, tanto de las formas orgánicas de relación comunicacional cotidiana, interpersonal, (de quiebre o fractura de los vínculos de solidaridad colectiva), como de los Medios y recursos para hacer vincular informaciones y opiniones distintas a las dominantes en los medios empresariales y gubernamentales de circulación masiva.

El retroceso de los proyectos democratizadores que describimos líneas atrás, incluso el retorno a viejas fórmulas socialmente superadas, dan cuenta del empobrecimiento comunicacional que, lo que resulta aún más grave, ha comenzado a instaurarse como forma "natural" de existencia. Se naturaliza nuestra imposibilidad de participar en la toma de decisiones de aquellas cosas que nos afectan directamente; se refuerza el funcionamiento "caudillista" y autoritario de, incluso, las más pequeñas organizaciones; se agota y se convierte en impotencia el solicitar programas y mensajes de mayor calidad a través de los medios; se padecen las campañas desinformadoras y tergiversadoras —sean contra Nicaragua, contra los países árabes o contra la Universidad Central— con el mismo estoicismo que la publicidad. Es ése el contexto de reflexión sobre el sentido de lo alternativo en Comunicación.

Las prácticas Alternativas de Comunicación, a pesar del relativo interés que han suscitado desde hace casi una década, no desbordan todavía el terreno de lo micro, de lo local, mientras que la denominadas formas de "comunicación intermedia", apenas si logran sobrevivir en los casos de sólidas organizaciones que las respalden. Pero las iniciativas más autónomas, más específicamente grupales y vecinales, encuentran no sólo trabas económicas para producir medios o salidas comunicacionales, sino obstáculos resultantes del desconocimiento o soslayamiento de los aspectos comunicacionales en sus prácticas organizativas.

Si lo midiésemos por el número de grupos de base que tienen una sólida presencia autónoma, por la existencia de formas solidarias de comunicación en la fábrica, la calle, el barrio, la iglesia, la escuela; por el número de medios distintos a los de la política oficial (incluyendo los gremios y sindicatos mediatizados por el poder); por el cúmulo de experiencias obreras, sindicales, profesionales o campesinas que generan nuevas relaciones en el orden comunicacional o poseen medios propios de comunicación; si lo midiésemos por los medios críticos del actual orden social y sus formas democráticas restrictivas y restringidas, si utilizáramos como baremo la existencia de mecanismos de participación social críticos y opuestos al funcionamiento de los actuales aparatos de difusión, llegaríamos a la conclusión de que nos encontramos en una situación de "desamparo comunicacional", y que las experiencias de "comunicación alternativa", las alternativas comunicacionales, desarrolladas en los últimos años parecen no haber dado los frutos correspondientes, tampoco han sido una "alternativa" al sistema massmediático, al uso arbitrario y ventajista de ese sistema al cual se le pretende oponer una comunicación de formas nuevas.

Sin embargo, más que llamar al desánimo y al escepticismo, esta situación revela de manera realista cuáles son los retos a enfrentar en los nuevos tiempos que se avecinan en un país adolo-



rido de gobiernos erráticos, de sectores dominantes inescrupulosos, de mayorías resignadas a la pasividad, y de un aparato de difusión masiva cada vez más centralizado que atrapa, incluso, a sus profesionales en la idea de que la comunicación no es otra cosa que la labor en los medios, independientemente de las condiciones en que ésta se ejerce.

Nos sirve también para recordar a los sectores interesados en los problemas de la democracia y de los derechos humanos a la comunicación, que no basta con la buena intención y el esfuerzo inagotable para crear brechas dentro de la miseria comunicacional dominante. Que las experiencias alternativas de comunicación local, los periódicos vecinales, el muralismo popular, las pedagogías liberadoras, los proyectos de tv participativa y cualquier otra experiencia de comunicación debe ubicarse frente o no debe perder de vista, a la avalancha de mensajes dentro de la cual entra a "competir", para hacer de ellas, más que un acto testimonial, un esfuerzo de efectividad comunicativa. Hay que pasar de la "marginalidad comunicacional" a la lucha "desde afuera" y "desde adentro" del aparato masivo de difusión, por lograr cambios y mejoras tendenciales, sin que esto signifique la sustitución del encuentro interpersonal, de la relación organizativa y participativa de base, que ningún sistema masivo por perfecto que sea puede o debe sustituir. La contradicción no está entre lo masivo y lo local, sino en la manera como se organizan y se logran los distintos niveles de acceso y participación entre los individuos y sus instituciones sociales.

Para terminar, y aunque algunas de ellas las hemos formulado en otra parte (5), nos permitimos sugerir algunas conclusiones sobre lo que a nuestro juicio son las razones sociales para insistir en la búsqueda de "alternativas comunicacionales" sin convertir el concepto en mero instrumento que sirva para medir (6) la "pureza" de las nuevas prácticas sino, por el contrario, en forma de conciencia, en acción ligada a la emergencia de nuevos procesos y nuevas demandas políticas, culturales y sociales.

En primer lugar, podemos afirmar que, pese a la situación antes descrita, **la preocupación por la Comunicación Alternativa ha tenido la importante función de volcar la atención y las acciones hacia el terreno de la comunicación** como hecho humano fundamental, desbordando los límites de "los medios". En este sentido las propuestas "alternativas" encarnan lo que algunos autores han llamado la "teoría democrático-participativa de los medios de comunicación" que "manifiesta su sentimiento de desilusión respecto a los partidos políticos establecidos y respecto a la democracia parlamentaria, que parece haberse distanciado de sus orígenes populares hasta el punto de impedir, más bien que facilitar la participación en la vida política y social" (7). **Razón por la cual su interés fundamental se centra en los derechos, necesidades y aspiraciones de lo que tradicionalmente se venía aceptando como "masa receptora", y no exclusivamente en los derechos de los profesionales o de los clientes de los grandes medios.**

En segundo lugar, creemos en el ya enunciado **sentido coyuntural de lo alternativo**. Por lo tanto antes que elaborar una matriz ideal, y sin descuidar las preocupaciones por el carácter democrático, dialógico y por las relaciones horizontales de la comunicación, lo importante es tener una clara apreciación de la coyuntura y de la escala en que se está trabajando. Lo fundamental es establecer el "alternativo a qué?" y tener en cuenta que esto puede darse en una experiencia micro, independientemente de que no se halle ligada a un "proyecto político global", o en una experiencia masiva, aun cuando no reúna todos los requisitos de "dialogicidad" en el sentido más primario del término.

Visto de esta manera, lo "alternativo" designa un principio de acción, regido por su carácter popular (en función de los intereses y expectativas de los sectores populares) antiautoritario y antidiscriminador, y no por la posesión de determinados rasgos absolutos o medios ideales. De este modo, el problema de la relación dialógica emisores-receptores, de la oposición medios de masas y medios alternativos no debe asumirse de manera ortodoxa, sino en función de las necesidades, intereses y posibilidades de los colectivos que gestionan cada experiencia.

En tercer lugar, entendemos que lo "alternativo" en la Venezuela de nuestros días tendrá que ver con la reconquista de espacios para la disidencia y la crítica; con la reconstrucción y la creación de nuevos vínculos de solidaridad e intercambio laboral, vecinal, clasista, educativos; con la intervención desde adentro y desde afuera sobre los medios masivos existentes tratando de romper sus esquemas autoritarios, centralizados y "omnipotentes" de funcionamiento; con el diseño y puesta en práctica de nuevos procesos organizativos y productivos, de nuevas maneras de vincularse con el mercado en el terreno del consumo cultural y comunicacional; con la creación de medios propios en el seno de los grupos, las organizaciones y las comunidades locales; con el uso imaginativo y liberador del tiempo libre, de las nuevas tecnologías, de los espacios urbanos; con el desembotamiento de sensibilidades adormecidas y el estímulo de lo lúdico y lo estético como formas de complicidad y comunión y, por supuesto, con el reforzamiento de la capacidad organizativa y de defensa de los sectores de base. Nada de esto es posible si se piensa en "lo alternativo" exclusivamente dentro de los marcos de la comunicación, es necesario entenderlo como la dimensión comunicacional de prácticas sociales diversas vinculadas entre sí sólo por su vocación creadora de nuevas formas de relación e intercambio social. Y estas prácticas existen fundamentalmente como expresión de grupos y movimientos sociales, de clases y bloques de poder, de antagonismos y consensos, de intereses de minorías y expectativas de colectivos.

NOTAS

(1) Nos referimos al trabajo "Comunicación Alternativa y Desarrollo solidario ante el mundo

transnacional" en AA.VV: **COMUNICACION TRANSNACIONAL: CONFLICTO POLITICO Y CULTURAL**, Lima: DESCO, 1982.

- (2) Máximo Simpson establece una clasificación de cinco tipos de "alternativas", tres de carácter no masivo. SIMPSON, Máximo: "Comunicación alternativa: dimensiones, límites, posibilidades" en **COMUNICACION ALTERNATIVA Y CAMBIO SOCIAL**, México: Universidad Nacional Autónoma de México, 1981.
- (3) PRIETO, Daniel: "Una experiencia de democratización intermedia en un proceso histórico de democratización" en SIMPSON, Máximo (comp.): **COMUNICACION ALTERNATIVA Y CAMBIO SOCIAL**, México: Universidad Autónoma Nacional, 1981
- (4) BLANCO, Jesús, VALDEZ, Julio y VALENZUELA, Efraín: "TV Caricuao: un proyecto de Comunicación Alternativa y Educación Popular". **1er. TALLER DE COMUNICACION ALTERNATIVA**, Organizado por las TV Participativa de Caricuao y el periódico LA VOZ DE CARICUAO. Caracas, 16 y 17 de abril de 1983.
- (5) HERNANDEZ, Tulio: "La Incomunicación Burlada: Notas sobre organización popular y democracia comunicacional". Instituto de Investigaciones de la Comunicación. Febrero 1983.
- (6) La idea la hemos desarrollado en el trabajo: "Comunicación Alternativa: concepto métrico o propuesta de acción?". **1er. ENCUENTRO NACIONAL DE ESTUDIANTES DE COMUNICACION SOCIAL**, UCV, Caracas, Octubre de 1984.
- (7) McQUAIL, Denis: **INTRODUCCION A LA TEORIA DE LA COMUNICACION DE MASAS**, Barcelona: Ediciones Paidós, 1983, p. 119.



ADQUIERALO

**LIBRERIA "A.C.U."
PASILLO FAC. INGENIERIA, U.C.V.**

AUGE Y CAIDA DE LA INVESTIGACION DE LA COMUNICACION EN VENEZUELA

LEONCIO BARRIOS

Hace aproximadamente cinco años escribí un artículo sobre el tema de la investigación de la comunicación en Venezuela (1). Cronológicamente cubría desde finales de los años sesenta —la etapa del despertar del interés— y la década de los setenta —la etapa del incipiente desarrollo—, rica en publicaciones, investigaciones e interés por el tema.

En aquel análisis varios indicadores fueron utilizados para demostrar lo que venía sucediendo en el campo comunicacional en el país, no era un análisis epistemológico, sólo un recuento de hechos. Entre ellos, señalamos las numerosas publicaciones, tanto de textos como de revistas especializadas que ven luz en esa época. Algunas de ellas: **Comunicación y Cultura de Masas**

(Pasquali, 1963), **La Televisión y la Formación de Estereotipos en el Niño** (Santoro, 1969), **El Huésped Alienante** (Colomina, 1968) y **Comunicación y Orbita**, entre las revistas.

El panorama de la década de los 70 resultaba particularmente estimulante para los interesados en esta área. Se fundan centros dedicados específicamente a la investigación de la comunicación como el ININCO y el Centro Jesús M. Pellín. Las universidades dan un impulso a la investigación de temas comunicacionales, creando la mención de Comunicología en la Escuela de Comunicación, UCV; el departamento de Comunicación y Procesos Ideológicos en la escuela de Sociología, UCV; y el departamento de Investigación en la escuela de Comunicación del Zulia. Entre 1975 y el 80 se realizan tres encuentros de investigadores de la Comunicación (aunque Carlos Muñoz y Eduardo Santoro hayan opinado que "no son todos los que están, ni están todos los que son"). En esa época se produjo RATELVE, un documento sobre política de comunicación, único en su tipo en América Latina y se incluye, por primera vez, el sector comunicación en un plan de la Nación. Realmente el tema de la comunicación esta en auge. Todos esto, además, estaba aderezado con un, a veces, acalorado debate sobre los problemas de la comunicación social en el país.

La conclusión de aquel entonces, era que la investigación de la comunicación en Venezuela se desarrollaba con un impulso prometedor. Podíamos estar satisfechos con lo realizado y optimistas por lo venidero. Cinco años después el panorama ha cambiado.

LA DECADA 75-85

El balance de esta década (75-85) es desigual. El panorama de los primeros cinco años pertenece al auge de la década de los setenta; el avanzar de los ochenta, contrasta con el impulso que



le antecedió. Claro que no se puede hablar de un estancamiento o un retroceso en el desarrollo, pero lo que parece obvio es que ha habido una disminución de hechos tangibles acerca de que se investiga en comunicación en el país.

Refiriéndonos a los mismos índices que utilizamos en el análisis de los años setenta, en lo que va de los ochenta, encontramos:

Una disminución en las publicaciones especializadas. En materia de textos aparecen muy pocos nuevos (2) y se producen algunas reediciones de textos de la década anterior. No sabemos si el problema es de escasez de producción o falta de editoriales. Además casi todas las publicaciones periódicas que circulaban al comienzo de esta época: **Orbita**, la revista del ININCO, **Video-Forum**, han desaparecido. Lo económico se ha mencionado como el factor que impide la continuidad de su publicación. **Comunicación** es la única publicación periódica que sobrevive a la crisis.

Los centros de investigación de la Comunicación como el ININCO y el Centro Pellín continúan su labor. El ININCO, motivó una fuerte discusión pública a raíz de la presentación pública de los resultados de su investigación sobre la objetividad del canal de televisión del Estado durante la campaña electoral nacional de 1983. Con excepción de esta investigación poco ha trascendido lo que hace este instituto y particularmente se observa una disminución en la resonancia que tuvo en sus primeros años. El centro Pellín mantiene su trabajo a través de su órgano **Comunicación**, a lo cual nos referimos más adelante.

La labor docente en materia de investigación también ha sufrido los embates de la resaca. El más duro revés quizás sea la paradójica eliminación del Departamento de investigaciones de la escuela de Comunicación del Zulia, poco después de haber compartido el premio nacional de

Periodismo, mención investigación, con el hoy también eliminado Departamento de Investigaciones del Ministerio de Información y Turismo. En la escuela de Comunicación de la UCV, aun cuando sobrevive la mención comunicología (que tanta oposición levantó en sus inicios), la formación de investigación en el currículum sigue reducida a un curso de preseminario en el primer semestre y un seminario de tesis de grado nueve semestres después. Pero más grave que este hecho es que el énfasis formativo de esa escuela sigue estando en lo técnico: cómo redactar noticias, cómo elaborar programas de relaciones públicas y, con suerte, cómo producir programas de televisión, radio o manejar cámaras de cine o fotografía. Por lo tanto, la mayoría de las tesis de grado se limitan a reportajes gráficos o escritos. En otras escuelas de la UCV, como la de Sociología y Psicología, ha disminuído la realización de tesis de grado sobre el tema de comunicación, lo cual pudiera indicar la poca necesidad real que los docentes le transmiten a los estudiantes de esa investigación.

Como un reflejo de toda esta situación, los encuentros de investigadores se han reducido de tres en cinco años a uno en el último quinquenio. Por razones funcionales la sede de la AVIC (Asociación Venezolana de Investigadores de la Comunicación) es trasladada a Maracaibo bajo la dirección del equipo de investigadores de la Universidad del Zulia y, a partir de entonces, la actividad de la asociación se hace tan calladamente que algunos de sus afiliados desconocen si todavía existe.

El mismo debate sobre la alienación que a la que nos somete la televisión, la calidad del cine venezolano o las estructuras comunicacionales del status, tan de moda en los sesenta y setenta, parece que ha bajado de tono. Algunos aguerridos críticos de otrora tienen hoy una actitud contemplativa ante la misma situación y otros han girado su mirada a otras alternativas.

Así el panorama pareciera ser desolador. Pero, al introducir otros índices en el análisis se puede obtener una visión más cabal de lo que se hace en el país en materia de investigación de la comunicación.



LOS NUEVOS INDICES

Uno de los aspectos de la comunicación que más se ha desarrollado en el país durante los últimos diez años es el de los sondeos de opinión pública. Varias empresas, algunas filiales de transnacionales, otras criollas, realizan permanentemente estudios para conocer la opinión de los venezolanos acerca de los más diversos aspectos, desde quién será el próximo presidente de la República hasta cuál es la telenovela más vista. Hace algunos años la confiabilidad de los resultados de estos sondeos eran puestos en entredicho debido a los fines comerciales que los inspiran, hoy esa confianza ha mejorado al punto que esos resultados han pasado a ser un importante referente en la vida política y cultural del país.

El entusiasmo por estos tipos de sondeos se ha extendido hasta la universidad, al punto que la cátedra de Opinión Pública de la Escuela de Comunicación de la UCV ha resuelto desarrollar su propio centro de investigación y el éxito de esa labor le ha merecido, también, el premio nacional de periodismo, mención investigación.

Otra incursión importante de la empresa privada en la investigación de la comunicación la ha realizado Radio Caracas Televisión con el establecimiento de una unidad de evaluación de programas a través de la cual desarrolló un trabajo sistemático de análisis semiológico. Algunos de los trabajos realizados fueron publicados en **Video Forum**. La reciente suspensión de la revista y la salida de la empresa de algunos de los miembros del equipo de investigación, hace pensar que ése es otro de los proyectos abortados en los últimos cinco años en el país.

Otro filón potencial en materia de investigación de la comunicación lo constituye el desarrollo de cursos de cuarto nivel en el área de comunicación. Quizás una orientación adecuada y un clima propicio en esos cursos pueda arrojar buenos frutos en la calidad e importancia de los trabajos de grado. Es algo que está por verse pues ahora la primera promoción concluye sus estudios.

Quizás los más significativos aportes en materia de investigación de la comunicación en los últimos años se desconozcan y, de no implementarse un mecanismo de divulgación, así podrán permanecer por mucho tiempo o por siempre. Me refiero a las tesis de grado que realizan los estudiantes de pregrado de las diversas escuelas de comunicación social del país. Así se producen algo más de un centenar de trabajos anuales. Es cierto que la mayoría de ellos pudieran tener fallas como trabajos de investigación, pero hay otros que, a pesar de tener el mismo o mejor nivel que investigaciones de profesores o investigadores, pasan inadvertidos.

La falta de divulgación es quizás, entonces, el más serio problema cuando consideramos el tema de la investigación. En un recuento como éste nos vemos obligados a tomar como índices lo que se "publicita", "lo que se dice que se hace", más no necesariamente, "lo que se hace". Hay, sin duda, muchos más trabajos, muchos esfuerzos callados, materiales que ni olvidarse pueden porque nunca se dieron a conocer. Las tesis de pre-grado son un buen ejemplo de ello.

UNA ALTERNATIVA

Los centros de investigación como el ININCO, la unidad de evaluación del Radio Caracas y el Centro Pellín han estado claros en que la investigación sin divulgación es casi perdida y cada uno ha hecho su esfuerzo por mantener su propio órgano divulgativo. Apenas el Centro Pellín lo ha logrado. **Comunicación** ha roto el récord de sobrevivencia de una revista especializada en comunicación en Venezuela. Estos 10 años han sido un esfuerzo ininterrumpido en términos de quehacer crítico y divulgativo en materia comunicacional,



La línea editorial de **Comunicación** permite encontrar en sus 52 números los más diversos temas relacionados con la problemática de la comunicación, no sólo en Venezuela sino en Latinoamérica. El equipo editor ha tenido la agilidad de publicar cada tema de acuerdo a los intereses del momento, con lo cual una pequeña historia de lo que son los vaivenes comunicacionales del país ha quedado escrita. Los trabajos que configuran el cuerpo de cada uno de los números de la revista, constituyen, por su calidad, piezas de investigación de necesaria referencia cuando se trate el tema nuevamente.

CONCLUSIONES

En entusiasmo por la investigación de la comunicación en Venezuela durante la década 75-85, o más precisamente, durante el último quinquenio, ha decaído, así lo demuestra la consideración de diversos índices y su comparación con la década anterior. Este artículo ha señalado algunos de esos hechos sin intentar analizar las causas de los mismos. Nuestra intención es llamar la atención sobre lo que está pasando.

Se han señalado, también, algunas tendencias actuales en cuanto al tipo de investigación de la comunicación que se está haciendo, así como las potencialidades que vislumbramos. La divulgación de lo hecho resulta crucial para este tipo de actividad, de allí que el esfuerzo por mantener **Comunicación** y la creación de otros medios divulgativos sea vital.

Es necesario renovar la investigación de la Comunicación en el país. Esto implica explorar nuevos temas, otras metodologías, otros enfoques. Conectarnos con la realidad, no la teórica y superestructural, sino la cotidiana. Es necesario darles aliento a los investigadores, buscar alternativas.

Algo huele mal en Dinamarca y no en vano el Premio Nacional de Periodismo, mención investigación en 1985 fue declarado desierto.

NOTAS

(1) BARRIOS, Leoncio.- **La Formación de Investigadores en Comunicación Social.** Trabajo de Ascenso Académico, UCV. S/P. Caracas, 1979.

(2) Entre los publicados en esta década destacan:

1976:

- CAPRILES, Oswaldo.- **El Estado y los Medios de Comunicación Social.** Suma, Caracas 1976.

1978:

- ALVAREZ, Federico.- **La Información Contemporánea.** Contexto Editores Caracas 1978.
- MAYOBRE, José Antonio. **Información, Dependencia y Desarrollo.** Monte Avila Editores. Caracas 1978.
- PASQUALI, Antonio. **Comprender la Comunicación.** Monte Avila Editores. Caracas 1978.
- TERRERO, José Martínez.- **La Publicidad en Venezuela.** Vadell Hermanos. Valencia-Venezuela 1979.
- CAMACHO, Carlos.- **El Mensaje Cinematográfico. Concepción y Realización.** Edición Personal. Caracas 1979.
- HENRIQUEZ, H. Ríos.- **Técnica Fotográfica en el Cine. Nociones Teóricas de Fotometría, Fotoquímica, Sensitometría, Color.** Consejo Nacional de la Cultura/CONAC. Caracas 1979.

1980:

- AGUIRRE, Jesús María y BISBAL E. Marcelino.- **El Nuevo Cine Venezolano.** Editorial Ateneo. Caracas 1980.
- RONDON, César Miguel.- **El Libro de la Salsa-Crónica de la Música del Caribe Urbano.** Editorial Arte. Caracas 1980.
- VILLASMIL, Xiomira.- **Difusión Masiva y Hegemonía Ideológica.** Vadell Hermanos. Valencia-Venezuela 1980.



1981:

- BISBAL E. Marcelino y AGUIRRE, Jesús María.- **La Ideología como Mensaje y Masaje**. Monte Avila Editores. Caracas 1981.

1982:

- LABRADOR, Epifanio.- **Influencia Cultural y Social del Cine Extranjero en Venezuela**. FUNDARTE. Caracas 1982.

1983:

- HERRERA, Earle. **El Reportaje, El Ensayo**. Equinocio (Editorial de la Universidad Simón Bolívar). Caracas 1983.

1984:

- BERMUDEZ, Manuel.- **La Ficción Narrativa en Radio y Televisión**. Monte Avila Editores. Caracas 1984.
- BISBAL E. Marcelino. **Nicaragua, Un Caso de Agresión Informativa**. Ediciones Centauro Caracas 1984.

Por su parte, el **Colegio Nacional de Periodistas (CNP-DF)** en su Seccional del Distrito Federal inicia en 1979 la publicación de una serie de folletos acerca de las materias relacionadas con el periodismo y así "contribuir a la formación de sus miembros y de los estudiantes de la especialidad". La iniciativa produjo diez (10) folletos con los más variados temas acerca del fenómeno comunicacional. La colección fue bautizada bajo el título de **CUADERNOS DE PERIODISMO**:

- No. 1/1979.- "Los Periodistas Latinoamericanos y el Nuevo Orden Informativo Internacional" (**Varios Autores**).
- No. 2/1979.- "Conspiración contra la OPEP—Cómo las agencias transnacionales de noticias distorsionan su política y actividades" (**Rosalía Villegas M.**).
- No. 3/1980.- "La Industria de la Comunicación, una Maquinaria en Movimiento". (**Marcelino Bisbal E.**).
- No. 4/1980.- "Un Nuevo Concepto de Noticias—Necesidad de una revisión de los valores y la forma de la noticia contemporánea—" (**Eleazar Díaz Rangel, Fernando Reyes Matta y Al Hester**).
- No. 5/1980.- "La Entrevista como una forma de comunicación interpersonal y su utilización en el periodismo". (**Ana Virginia Robles de Casado**).
- No. 6/1981.- "El Informe Mac. Bride/1". (**Comisión Internacional para el Estudio de los Problemas de la Comunicación/UNESCO**).
- No. 7/1981.- "La Información en 1985 —Un estudio provisional de las necesidades y de los recursos—". (**Georges Anderla - Traducción Carlos López**).
- No. 8/1981.- "El Informe Mac. Bride/2". (**Juan Somavía, Equipo COMUNICACION, Director General de la UNESCO**).
- No. 9/1983.- "El Informe Mac. Bride /3" (**Iván Colmenares**).
- No. 10/1984.- "Periodismo, Comunicación y Nuevas Tecnologías". (**Teresa Ovalles y Equipo COMUNICACION**).

De igual forma, el **ININCO—Instituto de Investigaciones de la Comunicación (UCV-Facultad de Humanidades y Educación)** desde 1977 ha venido publicando una serie de trabajos bajo el título de **CUADERNOS ININCO**. Dentro de esta serie se han editado los siguientes títulos:

- Cuadernos ININCO No.1.- "ACTAS del III Encuentro Nacional de Investigadores de la Comunicación". Caracas 1977. (**Varios**)
- Cuadernos ININCO No. 2.- "Información es Poder". (Traducción del Inglés) Caracas 1977. (**Edwin B. Parker**).
- Cuadernos ININCO No. 3.- "El Nuevo Orden Informativo Mundial. Informe para el Comité de Relaciones Exteriores del Senado de Estados Unidos de América". (Traducción del Original en Inglés). Caracas 1977. (**George Kroloff y Scott Cohen**).
- Cuadernos ININCO No. 4.- "La Televisión en América Latina". Caracas 1977 (**Alvaro Barros LómeZ**).
- Cuadernos ININCO No. 5.- "El Futuro de las Telecomunicaciones (Informe para la preparación de la Conferencia Administrativa Mundial de Radio 1979)". Caracas 1979.

—Cuadernos ININCO No. 6.— “La Miseria del Método Sociológico”. Caracas 1984. (Hugo Calello).

—Cuadernos ININCO No. 7.— “Exploraciones en la Historiografía del Cine en Venezuela: Campos, Pistas e Interrogantes”. Caracas 1985.

Fedecámaras al desnudo...

DIGA LA VERDAD!

¿ Ahora que conoce a Fedecámaras
por dentro, quiere
más a su perro ?



“Estudiando a Fedecámaras se descubre cómo una minoría poderosa decide organizarse nacionalmente, para aumentar su capacidad de presión e imponer sus intereses sobre el resto de la sociedad. Esa minoría, en nombre de los principios del liberalismo económico, opina que la mejor manera de crecer no es arriesgándose por su propia cuenta, sino aprovechándose de la riqueza petrolera (que es de todos los venezolanos) y dirigir por medio de sus representantes los centros de decisiones económicas oficiales, para repartirse privilegios y garantizar su poder. Estos “creadores de riqueza”, responsables directos de nuestra actual situación económica, son los mismos que se olvidan de su pasado y hoy atacan a los partidos corruptos, a los obreros vagos y al Estado omnipotente. De allí que, cuando converso con mi perro, procuro no tocar el punto porque se molesta mucho”.

7a. semana
consecutiva
en el primer lugar
en ventas

*Entrevista a Samuel Moncada por
Ramón Hernández de “El Nacional”
del 24 de junio de 1985.*

**Las intimidades
de sus reuniones en
actas hasta ahora inéditas**

Distribuye EPSILON LIBROS
Telfs. 781.8887-781.1935

PRENSA NACIONAL: LAS VDT COQUETEAN CON EL PERIODISMO IMPRESO

ENRIQUE RONDON

La aparición de un "hada electrónica" y la concentración de medios en pocas manos ha sido lo más importante en el campo del periodismo impreso venezolano en los últimos diez años: 1975-1985.

Esa "hada electrónica" tiene por nombre Video Display Terminal, para los amigos, simplemente, VDT. Desde 1976 estas maquinarias son utilizadas en El Universal. El manejo ha estado a cargo de operarios especialmente entrenados. En mayo de 1978 comienza la preocupación de los periodistas, especialmente de los agrupados en el Sindicato Nacional de Trabajadores de la Prensa, SNTP, por el significado social que pueden tener las VDT.

El inicio fue un seminario de Periodismo Electrónico auspiciado por la Sociedad Interamericana de Prensa, el Bloque de Prensa Venezolano y la Universidad Simón Bolívar. El entonces rector de la USB, Ernesto Mayz Vallenilla advirtió que se trataba de un ensayo y que "todos sabemos que el periodismo impreso —si quiere sobrevivir— debe contar con esa hada electrónica, la VDT 2.200, y hablar su mismo lenguaje".

El Nacional fue el medio más interesado en difundir lo que se trataría en el seminario. Publicó una extensa entrevista al coordinador del evento, Roberto Fabricio (Mayo 3 de 1978). ¿Razones?: Ese medio preparaba una renovación tecnológica. La punta de lanza sería la edición de occidente, programada para el 18 de noviembre, día de la Virgen de la Chiquinquirá.

En agosto de ese año el SNTP intentó la defensiva publicando remitidos "contra la robotización del periodista y alertado sobre los "peligros que para el ejercicio profesional conlleva la conversión del periodista en operario de la nueva tecnología".

Explicaba el SNTP que "al periodista se le pretende añadir una nueva función según la cual estaría obligado a alimentar la memoria central de una computadora con la información que su sagacidad reporteril, su inteligencia y su fuente le han proporcionado".

La principal consecuencia del uso de la VDT por parte de los periodistas es la desaparición de la figura del trabajador gráfico, quien es sustituido por el montador de pantalla y el verificador de avisos.

El Nacional de Occidente fue una experiencia de días. El enfrentamiento que hizo el SNTP fue importante para impedir la imposición de las VDT por parte de la empresa. Pero no se debe exagerar porque parte del fracaso se debió a la ausencia de preparación para el personal que utilizaría la nueva tecnología.

Los periodistas no deben operar la VDT de acuerdo a prohibiciones gremiales. Las únicas excepciones son los secretarios de redacción. Pero el tiempo pasa y en los próximos diez años se-

guramente todos los periodistas que ejercen en el medio impreso tendrán que conocer el lenguaje de esa "hada electrónica", la VDT 2.200. Queda en los gremios desarrollar mecanismos de defensa efectivos para evitar que las empresas impongan su uso sin importar el costo social de ello.

UN CEREBRO CON MUCHAS VOCES

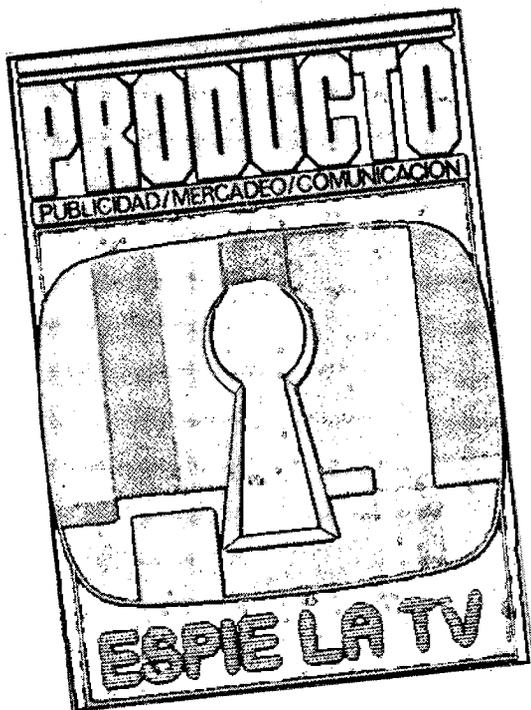
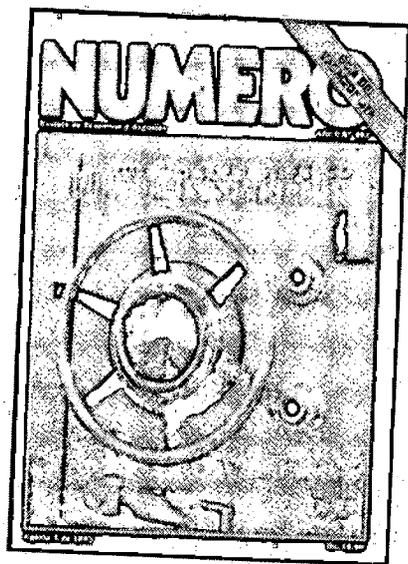
En los últimos diez años ha aumentado la concentración de los medios de comunicación en pocas manos. Es una propiedad oligopólica que "otorga un poder comunicacional concentrado". Eso se traduce en poca participación en el flujo comunicacional "garantía única de una genuina democracia".

Esa situación es justificada con la tan defendida "libertad de empresa". Tenemos así grupos con varios medios impresos. El más importante es el Bloque De Armas, que dentro del período estudiado creó *Venezuela Farándula* (1975), *Variiedades* (1976), *La Fusta* (1977), *Intimidades* (1978).

Logró además, la distribución de revistas de carácter continental producidas por Editorial América, C.A., con sede en Panamá y propiedad de la Continental Publishing, transnacional que representa a los Hearst y que ha permitido la consolidación de los De Armas no sólo en Venezuela sino en Latinoamérica.

El *Diario de Caracas* (2 de mayo de 1979) en su comienzo no pertenecía a los grupos tradi-





cionales. La idea expresa de su creador principal, Diego Arria, era lanzar al mercado un periódico complementario. Dirigido a público que compra dos matutinos. Los compromisos económicos del editor marcaron el rumbo actual: El grupo Phelps, propietarios de **Radio Caracas Televisión** y **Radio Caracas Radio**. Es el único caso, en Venezuela, en que propietarios de medios radioeléctricos son también propietarios de medios impresos.

En la etapa inicial de **El Diario de Caracas** trabajó un grupo de periodistas argentinos. Es importante destacarlo porque dos de ellos darán otro aporte al periodismo venezolano: Miguel Angel Díez y Raúl Lotito. Son los creadores de las revistas **Número** (26 de mayo de 1980) y **Producto** (comenzó como una columna en **Número** en 1982).

Son revistas especializadas. La primera en economía y la segunda en publicidad y mercadeo.

Hacia la mitad de 1985 nace la revista **FAMA**. Se trata de una publicación dedicada al análisis del cine y el espectáculo. Sus primeros números ha tenido muy buena acogida. La iniciativa parte de Jorge Valoz (Editor) y la joven periodista Antonia Bethencourt (Directora). Su directora decía en el No. 1 "que hasta ese momento la revista era una idea, intermitente y tenaz, es cierto, pero fugaz y difusa como un sueño". Pero a finales del mes de abril **FAMA** era toda una realidad. Creemos que se trata de la única revista especializada con humor y buen periodismo— en el país para la interpretación del mensaje no sólo de los "mass-media" sino de todo tipo de espectáculo.

¿EL CAMINO?

Lotito rechaza la palabra "grupo" cuando se busca definir lo ocurrido en **El Diario, Número**

y **Producto**. Reconoce que son tres publicaciones que han sobrevivido a otras: **Semana, Epoca, VagaMundo, Mag y Doble 6** para nombrar algunas.

Pará Lotito la explicación es: En los años sesenta el periodismo en Argentina era uno de los más desarrollados en Suramérica. La única excepción era Brasil. Cuando llegamos a Venezuela teníamos la intención de incorporarnos y consideramos que había un mercado abierto para muchas publicaciones.

El editor de **Producto** considera que aún existen posibilidades en Venezuela para las revistas especializadas: Faltan publicaciones relacionadas con energía y petróleo, una buena revista de sucesos, algo sobre armas . . . y podría pasar toda la tarde nombrando posibilidades que dejan de lado los grandes editores.

Para Lotito en Venezuela existe "un concepto erróneo" de publicación especializada. "Se le asocia con circulación reducida. Se confunde con revista gremial".

No es pesimista cuando se refiere al periodismo impreso en el futuro: "No se puede pensar en competir con los medios constituidos pero el futuro está en las publicaciones especializadas. Parece increíble que en un país petrolero no exista una columna de información energética. En momentos de crisis las publicaciones especializadas son una salida, incluso para los anunciantes".

• UN POCO DE HUMOR

En el lapso comprendido de 1975 a 1985, **El Sádico Ilustrado** ha sido la publicación humorística más importante. El primer número fue de fecha 27 de septiembre-4 de octubre de 1984. Fueron publicados 29 números. Aparentemente tenía todo para triunfar: A todo color, impresa en Barcelona, España. Dirigida por Pedro León Zapata y entre los integrantes del consejo de redacción se encontraban: Régulo Pérez, Rubén Monasterios, Abilio Padrón y Luis Brito García. Algunos colaboradores: Salvador Garmendia, José Ignacio Cabrujas y Manuel Caballero.

Uno de los editores, Jorge Valoz, no conserva ni un ejemplar de la revista. Un día las lanzó todas a las puertas de su oficina en la avenida Andrés Bello. Era el final de un mal negocio. Considera que ese fracaso tiene cuatro razones fundamentales:

- Como la impresión era en España, el humor que se recibía en Venezuela era muy atrasado. Eso no funciona para el venezolano que "pica muy rápido".
- Era un producto que estaba resultando muy costoso y el resto de la directiva se negaba a suprimir una parte del color.
- Mala distribución. El encargado de esa parte era Lisbona, que es muy buena gente pero no delega responsabilidad. Además era socio y por eso no podíamos salir de él.
- El lenguaje era impublicable. Principalmente los escritos de Salvador Garmendia, Monasterios y Augusto Hernández. Pretendían una libertad de expresión que no defendían en las otras publicaciones.

El último punto fue decisivo porque las agencias se negaban a dar pautas publicitarias y los compradores no se atrevían a llevar la revista a un lugar donde pudiera leerla el resto de la familia.

Considera Valoz que en Venezuela las publicaciones humorísticas han tenido corta vida "por el desorden administrativo. Recuerdo que en **La Pava Macha** todo el mundo metía la mano".

Actualmente Valoz repite como editor. Ahora de **Fama**, una revista de farándula. Cree que hay un vacío y que "un tabloide humorístico, sin muchas pretensiones, puede pegar. En los momentos de crisis el humor es un escape para el público".



• UN POCO PARA LOS NIÑOS

Sería desconsiderado olvidar a Tombolín en este rápido recorrido. El único periódico infantil hasta 1979. Fue una creación de Angela Zago. Algunos pensarán en Jesús Rosas Marcano. La

diferencia la explica Eva Maritza Riera: "Rosas Marcano hace periodismo escolar". Angela Zago precisa más la idea: "Lo que existía era información no actualizada. Hecha muchas veces en el marco de las escuelas y —en la mayoría de los casos— por profesionales cercanos a la educación, no por periodistas. Por eso no se daba al material tratamiento periodístico".

Tombolín era un viejo proyecto de Zago que pudo llevar a cabo cuando la llamaron para que estuviera al frente de la Dirección de información del Consejo Nacional de la Cultura, Conac:

"Vi la posibilidad de tener una institución que pudiera respaldar económicamente al suplemento. Eso fue en junio de 1979. Prácticamente sin recursos, **Tombolín** salió todos los meses del 79 y el 80".

Inicialmente la distribución fue mediante encarte en **El Nacional**. Luego ha sido en **Antorcha** y **Panorama**.

• ¿ LOS PROXIMOS DIEZ AÑOS?

No es necesario ser profeta para afirmar que el periodismo impreso en Venezuela dependerá cada vez más de las VDT. De manera que quien haga un recuento similar a éste, en 1995, seguramente escribirá directo en la pantalla y tendrá como ventaja que sus datos quedarán almacenados en una memoria.

El problema se presenta cuando se trata de vislumbrar el comportamiento de los periodistas ante esa tecnología. Existen dos posiciones.

Para unos, habrá menos talento; para otros, los periodistas tendrán la gran responsabilidad de proporcionar al público las herramientas necesarias para moverse en un mundo complejo.

Roy Fischer, Decano de la Escuela de Periodismo de Columbia dice:

"Nuestra generación ha pasado de lápiz a la máquina de escribir, luego se pasará al terminal de computación. Este último presenta ventajas económicas, cualidades inapreciables de velocidad y adaptación. Pero no se espera de él que proporcione talento allí donde los medios son limitados".

Federico Alvarez, profesor de periodismo interpretativo en la UCV:

"La introducción de nuevas tecnologías en la industria periodística impone a los profesionales de la información un replanteamiento de sus condiciones de trabajo y de sus relaciones con empresarios y lectores. El porvenir del periodismo interpretativo en nuestro medio dependerá, de ahora en adelante, del periodista mismo. En la medida en que sea capaz de comprender el mundo que lo rodea, podrá elaborar trabajos convincentes y útiles, que tengan valor funcional para el público. Pero esto no es tan sencillo. Supone una formación muy completa y actualizada, que le permita seguir sin extravíos las violentas mutaciones del mundo contemporáneo"

Para Alvarez "el periodista debe asumir la función de proveedor de claves para la comprensión de la conflictiva actualidad cotidiana, debe proporcionar a su público herramientas eficientes para que pueda moverse en una realidad compleja y peligrosa. Solamente eso lo convertirá en un profesional con sentido de servicio público"

• BIBLIOGRAFIA

—HERNANDEZ, Angela María y Giménez, Lulá Aymara: **Los años de la prensa en Venezuela.**

Trabajo para obtener la licenciatura en sociología, Escuela de Ciencias Sociales de la Universidad Católica Andrés Bello. Diciembre, 1982. Publicado en **Comunicación**, No. 44, Dic. 83-Enero 84 y No. 45, Marzo 84.

- OVALLES, Teresa y el equipo **Comunicación. Periodismo, comunicación y nueva tecnología.** Cuaderno de Periodismo 6/1984, CNP-DF.
- RIERA, Eva Maritza: **Periodismo infantil**, Tesis para la obtención de la Licenciatura en Comunicación Social (en elaboración).
- EL PERIODISTA. CNP, Enero-Mayo 1979, segunda época, No. 69.
- CORREO CNP. Junio 1984, No. 11.
- COMUNICACION. Marzo 1982, No. 37.

SUSCRIBASE!

Y reciba gratis el
ANUARIO DE LA COMUNICACION POPULAR
 \$/ 120,000

Perú US\$ 15
 América Latina US\$ 25
 y el Caribe
 Otros países

Incluye correo aéreo

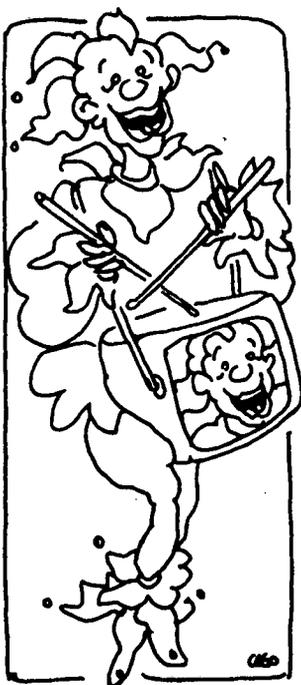
Envíen cheques a nombre del
 Centro de Estudios sobre Cultura Transnacional
 Apartado 270031 - LIMA 27 - PERU

materiales para la comunicación popular

6
 JULIO 85

TELEVISION OMNIPRESENTE: DIEZ AÑOS DE TV EN VENEZUELA

BERTA BRITO - FRANCISCO TREMONTI



No resulta nada fácil hacer un resumen comentado de los últimos diez años del mundo de la televisión en Venezuela, sobre todo si se toma en cuenta que todo lo relacionado con el campo audiovisual está en permanente cambio y expansión.

Como en el resto de América Latina, en nuestro país la empresa privada tiene de hecho el predominio en este campo, a pesar de que el Reglamento de Radiocomunicaciones vigente establece la potestad del Estado en el otorgamiento y explotación de todo sistema de transmisión de señales eléctricas o visuales bajo la forma de concesiones. Sin embargo, la debilidad del Estado venezolano para imponer la normativa vigente ha dado pie a la prepotencia consuetudinaria de los beneficiados por esas concesiones.

Dos grandes empresas de televisión privada-comercial, con ramificaciones en múltiples ramas

de la industria, el Canal 2 y el Canal 4, compiten actualmente en situación de desequilibrio con la televisión estatal (VTV), que tiene una estación y dos canales: el Canal 8 de estructura comercial y el Canal 5 de programación cultural y educativa, sometidos ambos a los vaivenes de la política oficial con cada cambio de gobierno.

Una reseña de los más importantes acontecimientos en este campo nos permitirá clarificar lo que Oswaldo Capriles ha calificado como "la dialéctica vergonzante gobierno-TV", que se ha resuelto siempre en la capitulación del Estado frente a la empresa privada y que en muchas ocasiones ha dado lugar a nuevas regalías y beneficios para ese sector.

PROYECTO RATELVE

La Comisión Preparatoria del Consejo Nacional de Cultura (CONAC), creada en 1974 por el Decreto No. 491, produce en 1975, a través de su Comisión Sectorial de Comunicaciones, el diseño de una nueva política de radiodifusión para el Estado venezolano que se conoce como INFORME RATELVE.

RATELVE (Radio y Televisión Venezolana); establece el carácter de servicio público que debe adoptar la radio y televisión en el país, para atender de manera exclusiva al interés colectivo, para lo cual su uso debe ser planificado dentro del sistema de planificación global del Estado.

Como alternativa de USO para estos medios propone un servicio público COMPLEMENTARIO O PLANIFICADO, que es el que emite programas de acuerdo a la capacidad socio-cultural de comprensión de los perceptores y, para cubrir las necesidades de la teleeducación, reciclaje, telemedicina, etc., sugiere un servicio de radiodifusión ESPECIFICO.

Establece el REGIMEN MIXTO AUTENTICO como alternativa de PROPIEDAD, el cual comprende:

- a) subsistencia del sector privado
- b) obtención de coberturas maximizadas
- c) control del sector privado
- d) "competencia" entre sistema público complementario y sistema privado competitivo.
- e) "relación de equilibrio" a nivel financiero, de audiencia real y de cobertura entre ambos sectores.

La oposición del sector privado en ese campo impidió su implementación dentro de la política de planificación para el desarrollo del país. Lo atacaron en forma indirecta a través del Artículo 4to. de la Ley de Cultura por medio del cual se pondría en marcha.

LA UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y LA TELE-EDUCACION

En julio de 1975 se decretó la Comisión Organizadora de la Universidad Nacional Abierta (U.N.A.) y en agosto de 1978 comenzó sus actividades académicas.

El propósito del Estado a utilizar esta nueva modalidad educativa a distancia fue el de establecer un metasistema de Educación Superior, dirigido a ofrecer oportunidades de estudios a sectores trabajadores y a adultos (mayores de 21 años) sin posibilidades de ingresar en las universidades tradicionales.

Este ensayo, para superar la crisis en la educación superior como consecuencia de la explosión estudiantil, se basa en el empleo racional de los modernos sistemas multimediales instruccionales, cuyas primeras experiencias tuvieron lugar en Inglaterra.

De acuerdo a ello, se integraron al proyecto U.N.A. los canales 8 y 5 de la Televisora Nacional del Ministerio de Educación, la Radio Nacional y la red comercial de radio y televisión que, de acuerdo al Reglamento de Radiocomunicaciones (Art. 13), está obligada a ceder gratuitamente un mínimo de 10 horas semanales de transmisión al Ministerio de Educación, preferentemente de 8:30 a 11:30 de la mañana.

Según las Consideraciones Preliminares para la Creación de la U.N.A., el Plan de estudios debería contener fundamentalmente, carreras tecnológicas, de acuerdo a las prioridades del V. Plan de la Nación, en materia de Educación, Agricultura, Siderúrgica, Metalmecánica, etc., posteriormente se inició con 9 carreras y 20 Centros Locales en las áreas de Ciencias Básicas, Ingeniería, Educación y Ciencias Sociales.

La U.N.A. superó su primera crisis (de orden político) el mismo año de su creación, que culminó con la renuncia de su Rector-Presidente, doctor Luis Manuel Peñalver. Posteriormente ha llevado a cabo seminarios y foros evaluativos de su proceso de desarrollo, donde se han anotado una serie de fallas y errores en materia curricular y de evaluación. Se le ha atacado incluso por haber desvirtuado los objetivos conceptuales que se propuso en su nacimiento.

Lo cierto es que la teleeducación en materia de educación superior se inició en Venezuela con este innovador sistema de enseñanza y programación instructiva que el área audiovisual es de excelente calidad.

EL SISTEMA DE TV A COLOR

Mediante el Decreto Presidencial No. 319, del 4 de octubre de 1979, entró en vigencia el Sistema de Televisión a Color en el país. La importancia del mismo radica en que después de 9 años de estudios y consideraciones fue elegido el más obsoleto desde el punto de vista tecnológico, el NTSC norma "M".

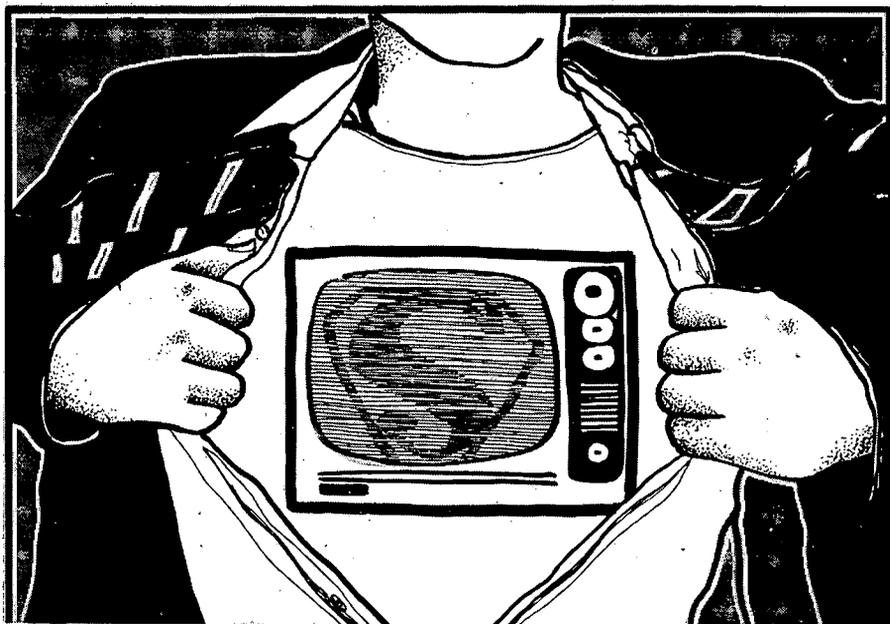
Este Decreto reglamenta también la transmisión escalonada de los programas hasta el 1 de junio de 1980, cuando entraría en vigencia plena el Sistema de TV a Color y su Artículo 2, constituyó el único punto de desacuerdo entre la empresa privada y el Ejecutivo.

Se impuso el criterio oficial de que Venezolana de Televisión, Canal 5 (Segundo Programa) transmitiera a color durante todo el horario de su programación a partir del 1ro. de diciembre de 1979.

El resto de las televisoras, incluyendo el Canal 8 de Venezolana de Televisión, debían transmitir sólo un máximo de dos horas diarias a partir de la misma fecha.

La decisión del gobierno venezolano de adoptar el sistema NTSC-M, se tomó a pesar de existir estudios impecables e imparciales desde el punto de vista técnico, económico y político que favorecían al sistema alemán PAL-M.

La Comisión nombrada por el Ejecutivo en 1979 para estudiar las opciones de sistemas de TVC existentes en el mercado, estuvo integrada por: José Luis Zapata, Ministro de Información y Turismo, quien la presidió; Rafael Naranjo Ruiz, Rubén Osorio Canales, Manuel Fomona, Roberto Gallarotti, Gustavo Cisneros, Sixto Díaz Miranda, Gustavo Chacón, Ángel del Cerro, Freddy Ferrer, Luque y William H. Phelps. Dicha Comisión, en la que inexplicablemente no estuvieron representados los organismos relacionados con la Cultura, la Educación y la Superintendencia de Inversiones Extranjeras, manejó una serie de argumentos de orden cultural, educa-



tivo, geo-político, tecnológico e industrial que, a la luz del más somero análisis, resultan contradictorios y rebatibles, para concluir recomendando el sistema norteamericano.

La adopción del sistema NTSC-M se entiende como la legalización de una decisión que de hecho ya había sido tomada con anterioridad. Esto se explica porque la empresa privada de TV tenía cuantiosas inversiones (cerca de 50 millones de bolívares) en infraestructura del sistema norteamericano. Estaban también por detrás los intereses del contrabando de televisores a color, de los cuales, para el momento de la decisión, habían cerca de 400 mil receptores del sistema NTSC-M en el país.

EL DECRETO 620: REGLAMENTACION DE LAS TRANSMISIONES DE TELEVISION

De todas las reglamentaciones del Ejecutivo Nacional en el área de la TV, ninguna suscitó un enfrentamiento tan violento de la empresa privada del medio como el Decreto 620, que se dictó con carácter provisorio hasta tanto el nuevo Reglamento de Radiodifusión, que estaba en estudio, se pusiera en vigencia. Cosa que no ha sucedido hasta el día de hoy.

El punto de desacuerdo fue el ordinal segundo del Artículo 1o., que se prestó por su vaguedad a interpretaciones subjetivas, por cuanto sometía a la autorización del Ministerio de Transporte y Comunicaciones (bajo las condiciones que considerare convenientes para el interés público) algunas categorías de programas no expresamente contempladas en la reglamentación y cuya autorización debía solicitarse por escrito con 48 horas de antelación.

Sin embargo, como lo afirmó el entonces Director de Planificación y Presupuesto del Ministerio de Información y Turismo, Alejandro Alfonso, el Decreto 620 no inventa nada nuevo. Su normativa fue la repetición de otras anteriores del mismo Ministerio, reiteradamente incumplidas por la TV comercial.

La única novedad que estableció fue un horario especial para la publicidad de bebidas alcohólicas a partir de las 9 p.m., salvo cuando se tratara de vinos y cervezas que podían transmitirse a partir de las 7 p.m. y la disposición de hacer auditiva en la publicidad de cigarrillos, la disposición del Artículo 16 de la Ley de Impuestos sobre Cigarrillos y Manufacturas de Tabaco, sobre la advertencia del uso nocivo del producto.

LAS RESOLUCIONES 500 y 577

La Resolución 500 del Ministerio de Transporte y Comunicaciones, del 29 de mayo de 1980, para reglamentar el articulado del Decreto 620 sobre contenidos y horarios de las transmisiones de televisión, originó un colapso en los medios empresariales de la TV.

Adoleció de las mismas imprecisiones y vaguedades del Decreto 620 y a pesar de las tímidas innovaciones que contiene, desató una de las más agresivas reacciones del sector privado, hasta el punto que el Vicepresidente de Radio Caracas Televisión, doctor Marcel Granier, invocando los peligros que se cernían sobre la libertad de expresión y creatividad, amenazó con demandar por inconstitucional la Resolución por cuanto violaba, en su criterio, los artículos 117, 118, 162, y 177 de la Constitución Nacional, el Artículo 7º del Código Civil, además de disposiciones de la Ley Orgánica de la Administración Central.

En realidad la arremetida de los empresarios de la TV no estaba dirigida al Artículo 13 de la mencionada Resolución, sino a las tímidas restricciones que en su normativa afectaban la publicidad comercial y que se reflejarían en una disminución de los fabulosos ingresos que obtienen las plantas privadas por este concepto. Pero más al fondo, estaba dirigida a detener lo que consideraban la más seria amenaza a sus intereses económicos: la disposición del gobierno de hacerla cumplir.

Una campaña, a través de comunicados, declaraciones y cuñas (la más dura y recordada fue la del Dividendo Voluntario para la Comunidad) fue desatada para que la opinión pública aceptara como verdad la falacia de que la libertad de expresión estaba amenazada.

La manipulación de los empresarios se extendió a las organizaciones gremiales, aduciendo que el Artículo 6o. de dicha Resolución, (que reducía a 60 presentaciones las telenovelas) perjudicaba a los actores, que dejarían de cobrar el "royalti" que se les paga por este concepto.

El Sindicato de Radio y Televisión se declaró en emergencia, solicitando la inclusión en la Resolución de las disposiciones del Artículo 63 del Reglamento de Radiodifusión, que establece la obligación por parte de las radioemisoras de incluir un 75 por ciento de artistas, actores y técnicos venezolanos en su programación.

La justa petición del Sindicato fue reconsiderada y prevista en la Resolución 577 del 15 de junio del mismo año que sustituyó a la 500.

En la Resolución 577 el Ejecutivo trató de organizar más coherentemente la normativa para el medio televisión, pero no constituye, de ninguna forma, un sistema legal de radiodifusión en función de una política para el sector.

Las innovaciones contenidas en ella con respecto a la Resolución 500 se pueden resumir en:

- a) obliga a las televisoras a transmitir la mención de que el programa a transmitirse en el horario de adultos, si va a ser presenciado por menores de edad, debe ser sometido a discusión y orientación por parte de sus padres o representantes.
- b) Establece en los artículos 6o. y 7o. treinta minutos de lunes a viernes para transmitir programas infantiles de producción nacional y 5 horas semanales de programas dedicados a la juventud y en el Artículo 18 dispone el nombramiento de una Comisión Asesora de

Televisión para realizar estudios pertinentes sobre la orientación que deben tener los programas en su forma y contenido. Esta última disposición hasta los momentos, no se ha cumplido.

LAS LLAMADAS TELENOVELAS CULTURALES

El problema surge con la Resolución No. 70, del 8 de octubre de 1976, posteriormente derogada, en que se establece que "los programas novelados de continuidad a transmitirse después de las 6:00 p.m. por las estaciones de radio-televisión deberán ser culturales y podrán ser fraccionadas hasta en 180 presentaciones o capítulos de hasta una hora de duración". Por supuesto, nunca se definió qué se entendía por "cultura", mucho menos dentro del género telenovelístico.

Un grupo de intelectuales y escritores, prestados a la televisión, comenzó a escribir una serie de telenovelas distintas, supuestamente, a las transmitidas hasta ese momento, en un franco esfuerzo por mejorar los programas de televisión. De aquí nacieron las llamadas "telenovelas culturales", novelas de José I. Cabrujas, S. Garmendia, I. Martínez, etc., como "Natalia", "La Señora de Cárdenas", "Las hijas de Juana Crespo" y "La comadre", basada en una idea de Román Chalbaud. Aquí se trataba de ir cambiando paulatinamente las estructuras tradicionales de la telenovela ordinaria. Eliminar el suspenso continuo, la pareja joven como eje fundamental de la trama, eliminar los galanes de moda, creados por la misma televisión, etc. Se trataba de abrir nuevos cauces dramáticos y estilísticos a la telenovela.

Sin embargo, este deseo se quedó a medio camino, ya que por el momento todas las telenovelas citadas anteriormente tuvieron que participar forzosamente del estilo tradicional. No se podían romper todos los moldes de repente. Con todo, se vislumbra ya una televisión distinta, con una temática más abierta, mucho más cercana a la realidad venezolana, que discute abiertamente los problemas del ámbito nacional, como "Rosalinda", por ejemplo, de Ibsen Martínez.

El sueño mágico se desvaneció cuando RCTV, canal 2, quien había venido apoyando los cambios y el progreso cultural, rompió el pacto tácito que hasta ese momento mantenía con el prestigioso grupo de escritores que promovió en primer lugar esta pequeña revolución cultural televisiva, y se dispuso a luchar en el "rating" con las mismas armas de vulgaridad con que lo hacía la otra emisora comercial, canal 4, plagada por aquel entonces de exilados cubanos.

Con todo, las novelas culturales no desaparecieron en el tiempo, sino que se siguieron produciendo una u otra esporádicamente. Muchas de ellas eran en realidad novelas de trasfondo histórico, o historia novelada. Así nacieron "Boves el Urogallo", "Gómez I y II", "Estefanía" y otras varias, que narraban de una manera más o menos feliz una parte de la historia del país. Incluso se volvieron a producir novelas de Rómulo Gallegos y autores diversos de la literatura universal. Sin embargo, la tónica general siguió siendo bastante baja en cuanto a esquemas y temática, que se repiten hasta la saciedad, aunque con el tiempo hayan mejorado las técnicas y mecánica de producción.

COMERCIALIZACION DE LA TELEVISORA DEL ESTADO CANAL 8

El recorte de su presupuesto en 11 millones de bolívares, a principios de 1980, presupuesto proporcionado enteramente por el Estado, fue la oportunidad para realizar la vieja idea de comercializar el canal 8 y poner la medida en práctica inmediatamente. El fin de esta medida fue el recabar los fondos adicionales necesarios para su funcionamiento ordinario.

Las televisoras privadas, canales 2 y 4, protestaron la medida por lo que consideraron una competencia desleal en un mercado publicitario limitado. También la Cámara Venezolana de la Televisión salió a la palestra con un comunicado elegante de protesta, pero todo quedó ahí.

"VENPRES", agencia de noticias del Estado, buscó la cooperación de todos los expertos disponibles para hacerles apoyar técnicamente lo que ya estaba decidido a otros niveles. Por otro lado, Oswaldo Acosta Sanabria, ejecutivo del Banco de Venezuela, fue quien en realidad promovió la comercialización del canal del Estado, siendo su Banco quien comenzó a disfrutar de inmediato de esta nueva vida publicitaria con la transmisión por parte del canal de la serie de baseball del Caribe.

El canal 2, si bien en esa ocasión interpretó la comercialización del canal estatal como un castigo por su amplia libertad en denunciar los males nacionales, demostró también una inconsecuencia cobarde al silenciar el despido de 20.000 trabajadores de la industria textil en solo tres meses y la consecuente huelga y toma de la Catedral por los trabajadores despedidos. A pesar de los principios nacionalistas del Programa Cultural del Gobierno en rescate de la Identidad Nacional, al parecer perdidos entre los papeles del Conac o del Ministerio de la Cultura, el canal 8 hizo su estreno comercial con un programa norteamericano por excelencia, como fue la presentación de Frank Sinatra, por supuesto cantando en inglés. Por este programa, en vivo, vía satélite, se pagaron treinta mil dólares (30.000) en medio de la escasez de presupuesto y la imposibilidad, según el Ministerio de Información, de hacer malabarismos con el dinero disponible. Al mismo tiempo y por razones no del todo confiables, cuando el Gobierno pretende desarrollar los valores nacionales, se excluyen de la programación del mismo canal los programas de Simón Díaz y Ma. Teresa Chacín.

Los expertos en comunicación señalaron en el momento la importancia de encuadrar la medida de comercialización del canal estatal dentro de un plan más vasto de Políticas de Comunicación, cuyo diseño compete al Estado. VENPRES sólo dejó en claro que los expertos estaban de acuerdo en el hecho de la comercialización, sin indicar qué tipo de comercialización y en qué condiciones. Por nuestra parte, todavía estamos esperando un plan consecuente de Políticas de Comunicación, en donde se aclare el papel del Estado como árbitro del bien común.

PROHIBICION DE PUBLICIDAD SOBRE LICORES Y CIGARRILLOS

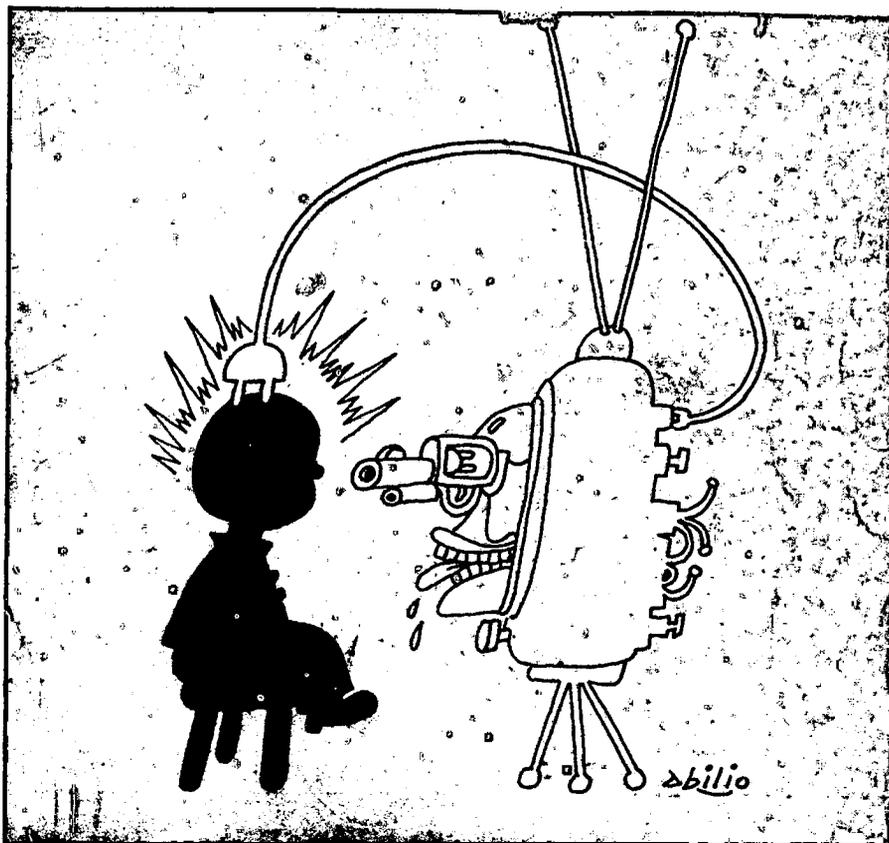
Cambiando de tema, uno de los sucesos que causó impacto a principios de los años 80 fue la prohibición por parte del Estado de transmitir propaganda comercial de licores y cigarrillos por Radio y Televisión. El primer paso, la aplicación de lo que establece la Ley de Impuesto sobre cigarrillos y Manufacturas de Tabaco en su artículo 16, que "en las cajas de cigarrillos y en su propaganda se deberá hacer constar en la forma que establezca el reglamento, la siguiente mención: —se ha determinado que el fumar cigarrillos es nocivo para la salud". Por su parte, el artículo 4o. del decreto 620, del 22 de Mayo de 1980, establece que: "La publicidad comercial que promueva directa o indirectamente el consumo de cigarrillos, tabacos o picaduras, contendrán en forma auditiva y visual la advertencia establecida en el artículo 16 de la Ley de Impuesto sobre Cigarrillos y Manufacturas de Tabacos. Esta norma quedó derogada por el decreto No. 849, del 21 de noviembre de 1980, cuyo texto prohibía terminantemente toda propaganda de cigarrillos por televisión a partir del 1o. de enero de 1981. Dicha prohibición se extendió a las estaciones de radiodifusión sonora a partir del 1o. de abril de 1981, en virtud del decreto 996, del 19 de marzo de 1981.

Por supuesto que tal medida levantó una ola de protestas, desde los representantes de las diversas emisoras hasta voceros de la cámara de radio difusión, se promovieron campañas en prensa, radio y televisión, en contra de las medidas, siempre bajo la advocación del respeto a la democracia, libertad de expresión y libertad de prensa. El Estado tuvo el valor de tocar algo tan sagrado como el bolsillo de los grandes grupos económicos del país. Con todo, la salud del público salió favorecida, así como la prensa y revistas en general, que recibían ahora las campañas de publicidad destinadas anteriormente a la Radio y Televisión.

Si la prohibición de cuñas de cigarrillos fue mala para la economía de las emisoras, dicha economía se vería minada una vez más ese mismo año con el cumplimiento de la prohibición de publicidad de bebidas alcohólicas. El 11 de septiembre de 1981 la Presidencia de la República emitió el decreto No. 1.200 en el que se prohibía, a partir del 1o. de enero de 1982, la transmisión por estaciones de radiodifusión, sonora o audiovisual, de la propaganda de bebidas alcohólicas.

LA VIDEO-MUSIC

Hace ya un par de años como mínimo que se ha popularizado en Venezuela la "video-mu-



sic" o videos musicales, como la onda expansiva de una terrible explosión musical de rock que nos ha invadido también a nosotros. Su proceso fue relativamente sencillo. Los primeros "video-music" fueron apareciendo como un relleno de la programación ordinaria en televisión. Luego se ganaron un espacio particular en los programas maratónicos de variedades, magazines, etc., como una atracción más y posteriormente tuvieron su programa en solitario.

Comenzó formalmente "Musiuito" Lácavalerie, hacia principios del año 82, con un espacio de cinco minutos en "Lo de Hoy", un programa matutino, tipo magazine, que transmitía RCTV, canal 2. Allí "musiuito" actuaba como una especie de Video-Jockey, mostrándonos los últimos éxitos del momento. Como fue toda una sensación, el espacio fue imitado un poco más tarde por los otros canales, utilizando como presentadores a diversos personajes de la actualidad nacional, misses como Pilín León, locutores famosos, etc. El boom de la "video-music" había comenzado a rodar.

Más adelante vino "la Video-Jockey", en la personalidad de Corina Castro, una gran locutora y modelo de nuestra televisión, quien por espacio de media hora por el canal nacional (5) nos traía los grupos musicales de modo o todo video musical que caía en sus manos. El programa de corte variado tuvo su impacto en la juventud. Aun sin aportar nada de fondo, a no ser la extravagancia en vestimenta y en presentación de los diversos grupos de rock, con atuendo y gesticación tipo "punk", el programa se hizo popular entre los jóvenes y los no tan jóvenes, al mismo tiempo que ayudaba a la transculturización de nuestro pueblo. Después de saltar por breve tiempo del canal cultural a la planta matriz, Venezolana de Televisión, canal 8, también estatal, el programa fue sacado del aire en una reestructuración de la programación de dicha emisora. Otros programas a base de video-music, también de corte juvenil, dentro de los canales privados de televisión, corrieron más o menos la misma suerte.

Sin embargo, esto último no quiere decir que los videos musicales hayan desaparecido del escenario, no. Se utilizan como una parte esencial de relleno de la programación, principio o fin de los grandes espacios de las plantas, etc. Si bien no alcanzan ahora la profusión de hace dos o tres años, su papel sigue siendo importante. Es la nota que da un colorido musical moderno a cierto tipo de programación, intentando hacer creer que están en "la onda joven". Es también el intento por estar siempre en permanente contacto con lo último en el mercado, ya que la "video-music" en la programación o en videocassette es todavía un buen producto para ganar grandes cantidades de dinero.

VISITA PAPAL A VENEZUELA

La visita que realizó el Papa Juan Pablo II a Venezuela el pasado mes de Enero marca un hito en el país en cuanto a cobertura radio-televisiva se refiere. Una gran parte de los 70 millones oficiales, destinados a los aspectos generales de la visita se emplearon en los Medios Masivos. Alrededor del 80% de la población total presenció los diversos actos programados de la visita a través de la Radio o la Televisión.

La cobertura de los actos principales se realizó en "directo" en todo momento, muchas veces en cadena nacional, cuya señal se originó siempre en la Televisora del Estado, canal 8. En ocasiones especiales los canales privados apoyaron logísticamente la transmisión a nivel nacional. Esta cobertura total de los eventos de la visita ocasionó la movilización de cuantiosos recursos técnicos -numerosas unidades móviles, cámaras adicionales, etc— además del personal especializado necesario para manejar todos los equipos. Se criticó, sin embargo, el que se evitara a toda costa el que apareciera en la imagen televisiva las partes "miserables" de las ciudades visita-

das por el Papa en las que viven millones de venezolanos, así como la tendencia a un cierto esteticismo de expresión por encima de la importancia y significado de los hechos en sí mismos. Creemos que éstas son cosas de poca monta ante la calidad de la imagen transmitida y la cantidad de horas de trabajo y transmisión que proporcionaron la radio y televisión venezolanas. Fue un gran intento de colaboración nacional a nivel de medios entre el Estado y la empresa privada y creemos que se logró a plenitud, si exceptuamos pequeños baches, quizás inevitables, que no pueden enturbiar la labor lograda.

Por otro lado, no podemos pasar por alto la campaña de preparación a la visita Papal, La Comisión Oficial de la Iglesia Católica coordinó la producción y colocación de 12 cuñas de televisión, 100 cajetines de radio y unas 400 vallas con mensajes alusivos a la visita. Se acuñaron varios slogans como "Renueva tu Fe" o "El Papa es tu amigo, búscale y encuéntrate". Se imprimieron afiches con mensajes alusivos que aparecieron en comercios, bancos, etc.

Por su parte, la televisión privada no se quedó atrás. Se mencionó y se entrevistó a diversos personajes, principalmente obispos, en programas de diversa índole, tanto matutinos como vespertinos, magazines o de opinión, "Lo de Hoy", "A puerta cerrada" "Buenos días Venezuela", "Primer Plano", etc. En esta labor se destacó Radio Caracas Televisión, canal 2, por la riqueza y variedad de los programas que transmitió. Venevisión, canal 4, fue quizás la televisora más descarada al intentar aparecer como el canal amigo del Papa por excelencia. Presentaron en su programación diversas películas de tono religioso —del mismo modo que lo hicieron los demás canales— junto a documentales sobre Roma, el Vaticano, etc. Inclusive, destacaron un equipo a la Ciudad Eterna para la realización de un documental sobre la próxima visita del Pontífice. Una nota discordante en este canal fue la transmisión de un programa titulado "La Iglesia de la Cruz", un programa que puede servir de ejemplo para enseñar las técnicas de manipulación de que disponen los Medios: simulación de cientificidad, equívocos, fragmentación de entrevistas, selección unilateral de textos, etc. Pero en conjunto, volvemos a repetir, fue un gran esfuerzo, muchas horas de trabajo y una expresión televisiva realmente excelente.

CONCESION DE SATELITE A LA EMPRESA PRIVADA

Uno de los últimos acontecimientos de este año ha sido la concesión de acceso directo al satélite a los canales privados de televisión, anteriormente exclusivo del Estado. Esto último se puede entender de dos maneras: primera, los canales privados pueden contratar directamente los servicios de transmisión vía satélite sin pasar por los controles del Estado: segunda, se ofrece la oportunidad en el futuro de que los mismos canales privados puedan poseer sus propios satélites de comunicaciones, lo que significaría un gran avance tecnológico para el país, al mismo tiempo que un contacto directo y permanente con el mundo entero, sin hablar de las repercusiones políticas y económicas que ello supondría. Por el momento, sin embargo, es sólo una posibilidad.

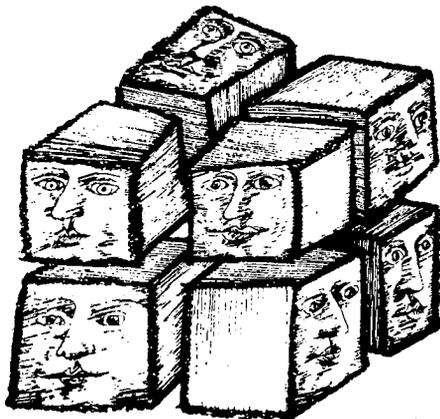
comunicación

ESTUDIOS VENEZOLANOS DE COMUNICACION
PERSPECTIVA CRITICA Y ALTERNATIVA

DIEZ AÑOS , DIEZ AUTORES... Y UNO MAS

ALFONSO MOLINA

Breve ejercicio del criterio que no aspira a establecer la palabra sagrada sino contribuir a acabar con ella. Son diez nombres y uno más atrapados en el convencionalismo que todo recuento requiere. Ojalá sirva para algo.



Toda lista es odiosa, pero a veces son inevitables. Cuando Marcelino Bisbal me propuso que escribiera un texto para conmemorar los diez años de **Comunicación**, inmediatamente, acoté que más que un extenso y muchas veces aburrido trabajo ensayístico sobre esta década cinematográfica, lo más adecuado sería —tal como lo venía planteando personalmente desde hace meses— una suerte de *Who's Who* del cine nacional. Tarea ingrata, lo confieso, porque un "Quién es quién" implica necesariamente y por descarte establecer "quiénes no son". No obstante, no encuentro forma alguna para enfrentar el desaguisado de toda lista odiosa.

En un principio intenté encuadrar los nombres alrededor del número de años transcurridos, esto es, diez años. Por lo tanto, diez autores. Fue imposible. Ajusté aquí, reforcé allá, dudé más acá . . . pero imposible. Tuve que establecer una lista de diez autores . . . y uno más. Sé, de antemano, que tales nombres moverán a polémica o situaciones difíciles. ¿Por qué está Fulano y no estoy yo? ¿A cuenta de qué se incluyó a Mengano y se birló la oportunidad de Zutanito? Se los digo, es tarea ingrata, pero uno tiene que asumir su responsabilidad . . . aunque los amigos le quiten el habla por un par de meses.

El criterio para incluir a estos diez realizadores y uno más se explica por la vía de la presencia real, cuantitativa y cualitativamente, de tales nombres. Conozco decenas de cineastas de talla y valor, cuyos nombres, por supuesto, tampoco voy a nombrar aquí ustedes saben por qué, pero considero que aún no es el momento de incluirlos. Una presencia real se define a partir de una propuesta estética y sus repercusiones en el conjunto social que habitamos, ya desde el punto de vista de una conciencia generada por un arte masivo, ora desde la perspectiva de sus consecuencias como mercancía en un mercado cambiante, ignoto, a veces sorprendente, siempre dominado. Huelga decir que la batalla del cine nacional se libra en diferentes frentes. Estos son algunos de sus soldados.

Una última aclaratoria. Los nombres han sido organizados alfabéticamente . . . para proteger las susceptibilidades.

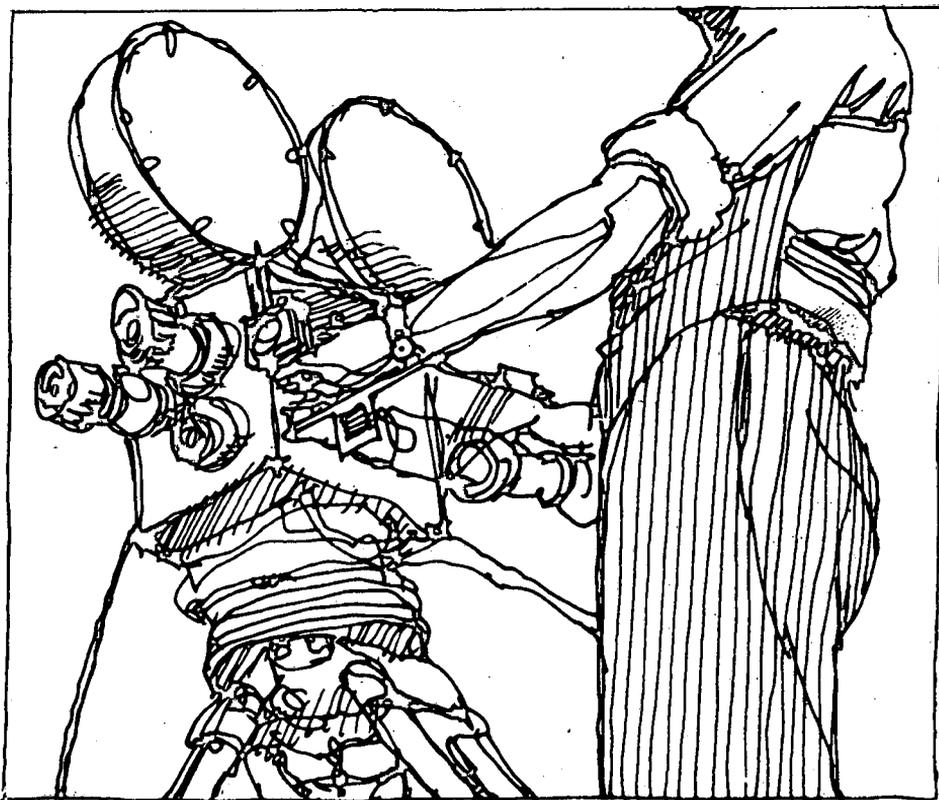
ALFREDO ANZOLA.

Uno de los cineastas más prolíficos y particulares de la producción nacional, suerte de espíritu rebelde que ha cabalgado el humor, la ironía y la crítica ácida a través de una filmografía que incluye el documental testimonial de denuncia, como *Santa Teresa*, *La papa*, *El hombre invisible*, *A medio y de los trabajadores*, así como la comedia urbana, expresada en *Se solicita muchacha de buena presencia y motorizado con moto propia*, la polémica y audaz *Manuel* y su subestimada *Coctel de camarones en el día de las secretarias*. Todo ello sin olvidar el drama histórico *Fiebre*. Y el documental musical *Santana*, las cuales correalizó con el equipo de cineasta de PPCA. Anzola ha enfrentado el corto y el largometraje, el documental y la ficción, el cine *underground* y el comercial, el film político y el de "mascarada social", lo cual equivale a decir que no reconoce fronteras o estilos prestablecidos en su óptica como realizador.

Un rasgo fundamental en la filmografía de Anzola reside en una mezcla de humor y rebeldía. Sus personajes no son arquetipos políticos ni emblemas sociales. Son seres humanos que arrastran con deleite sus contradicciones, tal como podría expresarlo el Alexander de *Se solicita muchacha* o el muy "un incoherente" sacerdote de *Manuel*. Son seres de carne y hueso tratados con comprensión y cariño. Aún a riesgo de pecar de cursi, se torna necesario afirmar que el cine de Anzola es profundamente amoroso. Sí, amoroso hacia sus personajes, hacia sus rollos, hacia sus complejos problemas. Anzola nunca los condena, siempre les permite la palabra. Y uno puede deducir de esa óptica una actitud religiosa, comprensiva y basada sobre el amor del y al prójimo. Incluso en una película tan polémica y censurada como *Manuel*, el tratamiento del amor, del erotismo, de la vocación sacerdotal, de los celos, corre fluidamente a través de la lucha social, de una visión colectiva de los fenómenos humanos. Y al mismo tiempo, fluye libremente la presencia del personaje popular y de su estética, una estética que podríamos llamar de "lo balurdo". Obviamente a Anzola le importa un cuerno el preciosismo y le interesa más la expresión humana. Su cine ha sido acusado de superficial y algo ingenuo. Yo prefiero pensar que en Anzola no existe una postura cínica, sino amor sencillo y eficaz.

CARLOS AZPURUA

Si algo puede definir el trabajo de Azpúrua es su briosa capacidad para conmovir a la opinión pública a través de sus filmes de denuncia testimonial. Pocas veces un corto documental como *Yo hablo a Caracas* ha logrado introducirse en la mente del espectador con tanta fuerza. Esquivando los escollos que ofrecen los intereses de juego, sin haber entrado en los circuitos



de exhibición comercial, *Yo hablo a Caracas* generó una polémica a escala nacional en torno a los destinos de las étnias originales venezolanas y su consecuente transculturización por parte de las misiones evangélicas Nuevas Tribus. La palabra crítica del shaman Barné Yavarí logró lo que muchos documentales políticos de denuncia no han podido alcanzar: la efectividad. El "caso Nuevas Tribus" se abrió a través de los cine-foros realizados con el film de Azpúrua, quien debutó en el campo de la realización demostrando una fuerza expresiva contundente e imposible de ignorar.

Azpúrua luego enfrentó, con un medimetraje documental, otro problema "olvidado". *Caño Mánamo* redimensionó un caso de terrible etnocidio y ecocidio realizado por la Corporación Venezolana de Guayana hacia los años sesenta en uno de los caños del Delta del Orinoco. El cierre del Caño Mánamo, supuestamente ejecutado para beneficiar el desarrollo agropecuario de la zona, sirvió solamente para la utilidad de las grandes transnacionales que explotaban el mineral de hierro del Cerro Bolívar. Este cierre ocasionó la inundación de la región, llevando al exterminio a la fauna de lugar y condenando a la muerte a numerosos grupos indígenas. Con gran destreza narrativa, el film de Azpúrua combina el montaje de un documental de la CVG de la época, en el cual se elogia la operación del cierre, con imágenes actuales de la desolación humana y geográfica de la zona.

Desde hace varios años Azpúrua prepara su primer largo documental, titulado provisionalmente *Amazonas, el negocio de este siglo*, estructurado a partir del material filmado sobre la presencia de las Nuevas Tribus en el territorio amazónico venezolano. Con todo, Azpúrua se ha

ganado una imagen de cineasta "duro" y eficaz, aunque es obvio que aún tiene una proposición más personal a desarrollar. Es cuestión de tiempo.

CESAR BOLIVAR

Interesante y sorprendente ha sido el proceso de desarrollo de este autor que pasó de ser el camarógrafo del director de fotografía Abigail Rojas — a quien todo mundo recuerda— a convertirse en uno de los directores y productores de mayor éxito económico del país, amén de un agudo narrador de historias de la cotidianidad. Después de haber fotografiado varios de los largometrajes de Román Chalbaud, intentó la dirección conduciendo **Juan Topocho**, un film que fue subestimado en su momento pero que ningún antologista del cine nacional puede hoy obviar. Su segundo intento, **Domingo de resurrección**, posee una doble virtud. De una parte, reafirmó la propuesta inicial de **Juan Topocho**, en el sentido del tratamiento del personaje popular y su entorno socio-cultural, y de la otra, propuso las líneas generales que su cine habría de desarrollar posteriormente.

Homicidio culposo marca su ingreso en el marco triunfal de la taquilla, con un poderoso apoyo de los medios masivos electrónicos, sin que por ello decayera su propuesta como autor. A partir de un caso real, sucedido en el ambiente teatral venezolano, Bolívar cruzó diversas historias que de una u otra forma establece un universo dramático de la sociedad venezolana. El caso del "homicidio culposo" y los problemas personales de una policía se amalgaman en una historia interesante, rica, a ratos humorística, pero en definitiva bastante trágica en torno al sentido de justicia en el país. Excelente narrador, Bolívar cuida sus personajes, sus intérpretes, sus ambientes, guardando coherencia con el hilo dramático, con el nervio central de su historia.

Con su cuarto largo, **Más allá del silencio**, sigue explorando situaciones insólitas en un contexto considerado "normal". Tres historias se entrecruzan con habilidad, en la misma línea expresiva de **Homicidio culposo**. Destaca en este trabajo su evidente capacidad de encuadre, como factor narrativo, y el ritmo que sabe imponer tanto en la definición de cada secuencia como en la coherencia general de la pieza. Bolívar sigue avanzando con solidez, insertándose en las mentes del público y desarrollando un "estilo Bolívar".

CLEMENTE DE LA CERDA

La personalidad más polémica y a la vez más definida en el marco de los últimos diez años de cine nacional. Ostentó el título virtual del "cineasta más comercial" de nuestra producción, sobre la base de los espectaculares éxitos de taquilla de **Soy un delincuente**, **El reincidente** y **Retén de Catia**, sus piezas más conocidas, las cuales crearon una escuela de "películas de delinquentes", suerte de thriller tropical que amasó no sólo las claves básicas del cine de acción venezolano, sino también proyectó en el plano del circuito de exhibición comercial las características fundamentales del cine de denuncia latinoamericano, en una amalgama, peculiar y propia.

Ya muerto, Clemente alcanza el consenso del medio cinematográfico aunque ("la verdad es justicia") se torna preciso recordar el rechazo hacia su obra y personalidad de muchos sectores de ese mismo medio, rechazo proveniente de su particular forma de realizar y producir, de una parte, y de una sencilla y nunca ocultable envidia por sus éxitos de taquilla, de la otra. Esto y seguro que a Clemente le importó poco tales envidias o rechazos y trabajó para una concepción que desarrolló apasionadamente, a pesar de los múltiples obstáculos en el camino. Su filmografía se caracterizó por la prevalencia de la acción sobre la reflexión, movilizandole el desarrollo

dramático a grandes trancos e incluso con profundas lagunas conceptuales. La denuncia de la violencia institucional y de la injusticia social constituyó el punto de partida de su propuesta cinematográfica. Sus filmes tendieron a establecer un "universo de tópicos", en un claro afán de decirlo todo en cada pieza, atrapado por la acción incesante y trágica. Sus personajes fueron héroes malditos desde el comienzo, personajes sin destino. Una caracterización incluso presente en su único film de autor, **Compañero de viaje**, en el cual rehuyó en tratamiento de la violencia como acción y se insertó en una expresión más estructural de esa misma violencia.

Clemente creó escuelas (incluso entre quienes primero le adversaron) o más bien deberíamos decir una fórmula de éxito, que contó a su favor con su peculiar estilo visual unido a su sentido de lo popular.

ROMAN CHALBAUD

Sin duda el realizador de más larga trayectoria y mayor difusión durante los últimos diez años. Dramaturgo, director teatral y de televisión, retornó al cine en la década de los setenta con **La quema de Judas**, sobre la base de su propia pieza teatral, seguida por **Sagrado y obsceno**, **El pez que fuma**, **Carmen la que contaba dieciséis años**, **Bodas de papel**, **El rebaño de los ángeles**, **Cangrejo**, **La gata borracha**, **Cangrejo II** y **Ratón de ferretería**. Su filmografía es amplia e incluye piezas anteriores como **Cuentos para mayores**, **Café adolescente** y su único cortometraje **Chévere o la victoria de Wellington**.

Chalbaud ha desarrollado un estilo muy peculiar que alcanza su mayor nivel en **El pez que fuma**, en el cual maneja y recrea sus claves dramáticas, manejando una propuesta estética que poco a poco ha ido debilitándose notoriamente, salvo en **Cangrejo II**, una obra en la cual intenta una aproximación bastante satisfactoria del documental reconstruido, muy al estilo del italiano Francesco Rosi. La etapa más importante de su filmografía (desde **La quema de Judas** hasta **El pez que fuma**) recibe la herencia de su propia obra dramática caracterizada por la interpretación de los elementos populares e históricos del conjunto social venezolano. Ese universo popular adquirió cuerpo y presencia en personajes que formaron parte de la caracterización de "la conducta venezolana". Hay que repetir que **El pez que fuma** es uno de los filmes más completos realizados a lo largo de la tortuosa e irregular historia del cine nacional. Pienso que esa película justifica sobradamente la personalidad cinematográfica de Chalbaud en nuestra producción. Y también pienso, en descargo de la responsabilidad de Chalbaud, que un autor no tiene por qué igualar su obra anterior. En todo caso, lo más importante reside en su franqueza para enfrentar la producción en momentos definitivamente adversos para el cine venezolano, aunque esa franqueza le haya conducido hacia un cine comercial con excesivas concesiones al "gusto popular", sin tomar en cuenta el cambio de óptica que ha operado en el espectador venezolano. Con todo, Chalbaud sigue siendo uno de los cineastas más completos y respetados en toda la historia del cine nacional.

JESUS ENRIQUE GUEDEZ

Una figura clave en el desarrollo del cine nacional contemporáneo que ha propuesto su propia concepción estética a través de un cine que se inserta en los entrepliegues de la contradictoria realidad social y política venezolana. Autor de una nutrida filmografía, Guédez ha recorrido los caminos del cine militante, sin abandonar su propia visión poética, enarbolando los estándares del documental principalmente, con algunas incursiones en la ficción. Su obra primeriza **La**

ciudad que nos ve, **Pueblo de lata**, **Bárbaro Rivas**, evidencia una especial sensibilidad hacia la problemática social y política del país y, por supuesto, define una postura como autor que ha evolucionado en su interior manteniéndose intacta como actitud consolidada. El poeta, narrador, profesor universitario y consecuente militante que es Guédez prefigura una ética cinematográfica que aún no ha sido suficientemente evaluada y reconocida. Su único producto que ingresó a los circuitos comerciales, **El iluminado**, no es precisamente su propuesta más alta, desde mi punto de vista. No obstante, Guédez continúa significando una postura ética y estética en el convulso mundo del cine nacional.

ALFREDO LUGO

Formado académicamente en Alemania Democrática, Lugo ha confeccionado una particular filmografía que posee como rasgo fundamental el desarrollo de una propuesta humorística que se inicia con su trabajo de grado en Postdam, **La muerte del tío**, y se extiende a lo largo de **El insólito asalto al Royal City Bank** y sus largometrajes **Los muertos sí salen**, **Los tracaleros**, **El reconcomio** y su interesante **La hora del tigre**, en la cual desarrolla una búsqueda expresiva poco convencional que intenta involucrar al público en una actitud no pasiva frente al espectáculo cinematográfico.

Dotado de un singular sentido del humor, Lugo ha propuesto un tipo de drama de la comedia, sobre la base del universo político no sólo venezolano sino también latinoamericano. Humor y política ha sido una de nuestras constantes populares más extendidas y de mayor riqueza y Lugo la incorpora en su trabajo como guionista y realizador. En todos sus filmes recurre a la metáfora y al tratamiento no estrictamente realista para expresar las contradicciones de sus personajes, en los cuales se encuentra otra de las claves básicas de su filmografía, esto es, personajes irreales aunque atados a la cruenta realidad cotidiana. Pueden ser los músicos analfabetas de **Los muertos sí salen**, los aventureros casi surrealistas de **Los tracaleros**, el desesperado hombre "clase media" de **El reconcomio** y, su punto más alto, los libertarios ancianos y el "hombre-conciencia" de **La hora del tigre**. De una forma u otra, estos personajes tienen que ver con la música, ya por oficio, ya por afición, ora incidentalmente. Es memorable, en este sentido, el excelente final de **Los muertos sí salen**, que muestra a los tres músicos tocando piezas de cámara en medio de los escombros de la gran transnacional. Hay en su trabajo una poética de la rebelión, a través de personajes que incurren en la acción de una manera incidental y azarosa, para alcanzar un nivel de conciencia.

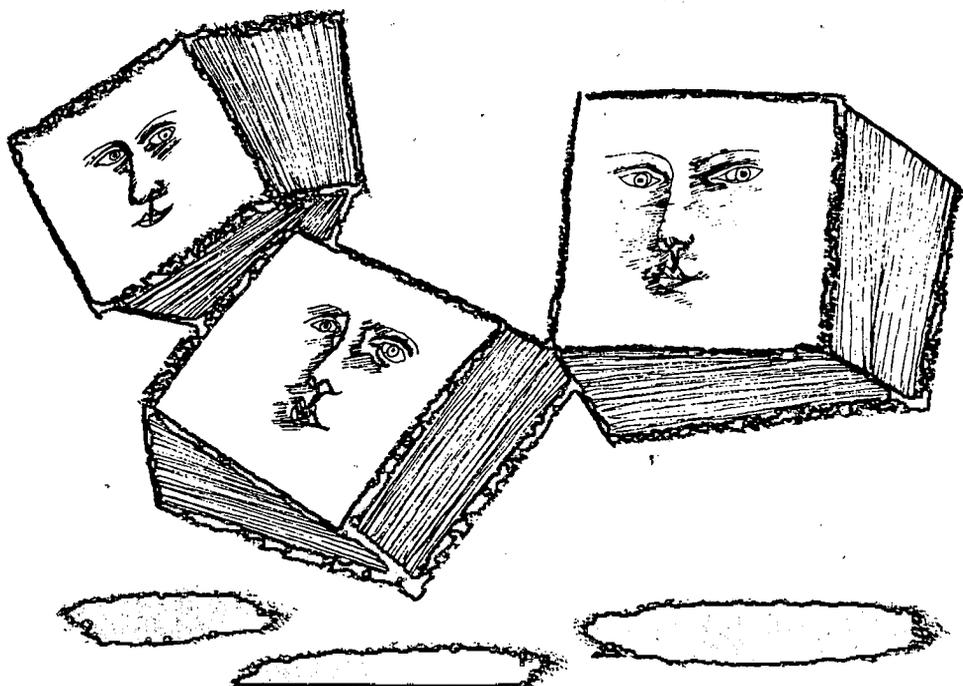
Lugo, no obstante su amplia filmografía, se encuentra en pleno desarrollo expresivo, con madurez y profundidades. No puede decirse que haya apostado al cine comercial, pero ha logrado introducirse en los circuitos masivos de exhibición con producciones de autor. Actualmente se prepara para enfrentar otro largo.

JACOBO PENZO

A pesar de no haber desarrollado una amplia filmografía aún, Penzo ostenta un primer largo comercial que define con claridad su óptica como realizador: **La casa de agua**. En ese primer trabajo de largo alcance, se evidencia lo que ya había sido su temática fundamental en su obra corta, es decir, la importancia de una conciencia histórica y cultural del pueblo venezolano. Para

ello contó con la figura histórica del poeta sucrense Cruz Salmerón Acosta, suerte de símbolo de la resistencia cultural frente a la dictadura gomecista. Pintor, guionista, cinefotógrafo y crítico de cine, Penzo propone un rescate iconográfico de la esencia cultural venezolana, atendida como el conjunto de elementos heterogéneos que han intervenido en la definición de una conducta nacional.

Aparentemente disímiles, sus cortos **El afinque de Marín** o **Dos ciudades** poseen múltiples puntos de coincidencia colateral con **La casa de agua**. Y ello se expresa a través de una visión revalorizadora de la cultura popular, como manifestación del ingenio y de la integridad de los oprimidos frente a la dominación. Es así como el personaje de **La casa de agua** narra en sí mismo una trayectoria de rebelión y un proceso de desarrollo personal que se enriquece en la medida que adversa al poder. Realizado con gran cuidado formal, el primer largo de Penzo apunta a un tipo de cine de autor profundamente nacional: con un sentido estético particular. El manejo visual de los valores narrativos posee poderío y expresividad, ese mismo poderío que encontramos en **El afinque de Marín**, suerte de sondeo testimonial acerca de la vida de un barrio caraqueño por la vía de una de sus más asentadas manifestaciones: la música. Penzo, en su trabajo documental como en su única obra de ficción, le devuelve la palabra a su objeto cinematográfico, esto es, el personaje popular, ya sea a través de la expresión musical urbana, o gracias a la lucha política. Y aunque su obra no se ha desarrollado aún, ya expone con claridad rasgos determinantes de autor con personalidad propia y definida.



CARLOS REBOLLEDO

Otro de los herederos del cine de los sesenta, militantes y cuestionados, que ha sabido integrarse, desde su peculiar óptica, en el proceso de un cine de difusión masiva con singularidades de autor. Formado en Europa, Rebolledo se inserta en el cine nacional a través del documental, género en el cual propuso su **Pozo muerto**, donde abordó el conflictivo tema del petróleo y **Venezuela tres tiempos**, un largo documental que atrapaba el conflictivo proceso político y social del país. Es coautor de **Alias el Rey del Joropo**, una de las piezas más interesantes producidas en los últimos diez años, y encaró la realización de un compulsivo proyecto personal, **Profesión: vivir**, el cual, más allá de sus fallas de "costura" formal, presenta un agudo y atrevido análisis de la personalidad del intelectual latinoamericano con definidos sesgos autobiográficos. Es un realizador del cual cabe esperar obras de mayor vuelo y alcance.

THAELMAN URGELLES

Con tres largos en su haber, Urgelles se define como una personalidad del cine venezolano, que se caracteriza por un estilo nervioso e incisivo, que propone una visión crítica del conjunto social en el cual moramos. Autor del corto **La venganza o qué bellas son las flores**, una suerte de comedia dramática de ácido humor, enfrentó el largometraje como correalizador, junto a Carlos Rebolledo, de **Alias el Rey del Joropo**, una película hermosa y sugerente, con estilo narrativo muy atractivo, en torno a la figura de Alfredo Alvarado, pícaro delincuente de los años cincuenta que permite exponer las contradicciones del medio televisivo venezolano. Esa estructura multitemporal que existe en **Alias el Rey del Joropo** la encontraremos años después en su primer largo como único autor, **La boda**, sin duda su producto más logrado y a la vez más ambicioso. Podría definirse este largo de Urgelles como un asombroso fresco de los últimos treinta años de vida nacional, a través de personajes que se articulan, en el tiempo y en el espacio, alrededor de una boda popular. **La boda** propuso una visión amplia e intensa sobre las fuerzas políticas que construyeron la democracia, en las cuales intervienen elementos del sindicalismo, de una burguesía emergente y de la resistencia frente al dictador Pérez Jiménez. Concebida como "obra total", significa un testimonio reconstruido e interpretado de nuestra existencia reciente como nació y es obvio que forma parte de un necesario registro historiográfico de estos últimos treinta años.

El fracaso económico de **La boda** parece indicar la tendencia que Urgelles esgrimió para enfrentar su tercer largo, **El atentado**, que a partir de un caso policial real que conmovió a la opinión pública nacional, logró recaudar buenas sumas en taquilla. Guardando evidentes virtudes estilísticas, **El atentado** careció de la ambición creativa de **La boda** y **Alias el Rey del Joropo** y se deslizó hacia fórmulas de realización más convencionales, las cuales se insertan en una temática de reconocido éxito de público: la delincuencia: sea ésta de cuello blanco o del barrio. Más allá de esta circunstancia, Urgelles exhibe, como afirmé al principio, una definida personalidad en el cine nacional aún por desarrollarse en otras vertientes.

MAURICIO WALERSTEIN

Inició su carrera cinematográfica en México, donde realizó **Fin de fiesta** y un capí-

tulo de **Siempre hay una primera vez**, películas poco conocidas en el ambiente venezolano. Se residenció en Venezuela para filmar la novela de Miguel Otero Silva: **Cuando quiero llorar no lloro**, la coproducción venezolano-mexicana que marca una coyuntura importante en nuestra producción, pues con ella se inicia lo que se dió en llamar una época el Nuevo Cine Venezolano. **Cuando quiero llorar no lloro**, **Crónica de un subversivo latinoamericano** y **La empresa perdona un momento de locura** constituyen su trilogía sobre diversos aspectos de la realidad social venezolana, en la cual pasa revista a la guerrilla de los sesenta, los entretelones humanos de la delincuencia, la consolidación de una burquesía neorríca y sin tradición y las contradicciones individuales de los trabajadores en el país. Ese tríptico se caracterizó por una mirada crítica no sólo a las instituciones del status sino también hacia los balbuceos inoperantes de una resistencia política o ciudadana. En ella demostró fuerza e inquietud por una temática específica y muy en la corriente del cine nacional de los setenta.

Eva, Perla y Julia fue una acometida desafortunada que apartó a Walerstein de sus primeros filmes y le sumergió en un universo intimista, conflictivo, no convencional, que mejoró notablemente con su adaptación de la pieza dramática de Isaac Chocrón **La máxima felicidad**, en la cual exploró el mundo de las relaciones afectivas no tradicionales. Esta ha sido su obra de mayor aliento, una línea continuada en su más reciente producción, **Macho y hembra**, que no sólo logró conducir la mira de los espectadores venezolanos hacia el frágil terreno de la afectividad contradictoria, sino que también alcanzó un consenso de público y crítica.

La trayectoria de Walerstein ilustra un cierto camino de la producción venezolana, que a partir de su primera temática (la violencia política y la delictiva) ha ido derivando hacia asuntos menos esquemáticos y más riesgosos en cuanto a tratamiento. Por lo pronto, la huella del director venido de México se ha hecho sentir con fuerza y todo parece indicar que se apresta a inaugurar una nueva etapa en su trabajo con su próximo film.

VENEZOLANA Y LATINOAMERICANA

Economía, política,
cultura, teología...

desde un compromiso por la
liberación de nuestros pueblos.

revista



Suscripción (diez números al año) por correo aéreo (en dólares): América Latina, 30.00; EE.UU. y Canadá, 37.50; España, 35.00; Europa (exc. España), 42.00; otros países, 46.50.

1975 -1985: EL CORTOMETRAJE EN LA ENCRUCIJADA

OSCAR LUCIEN

Toda periodización supone un corte (artificial) de la realidad. Y los intereses que la determinan también suelen ser dispares. Hoy, la motivación la aporta el equipo editor de **Comunicación** al intentar ofrecer a su vasta audiencia diez años de comunicación en Venezuela. Es este contexto, pues, el que orienta mi reflexión.

Afortunadamente, analizar los últimos diez años del cine venezolano no supone un corte tan brusco —por el contrario resulta pertinente— por cuanto es en la última década cuando se ha consolidado el quehacer industrial de nuestro cine. Sin embargo, no es de este cine que me voy a ocupar sino del otro cine, justamente del no industrial, que ha tenido también su desarrollo paralelo y con creciente vitalidad a lo largo de esta década como es el cine de cortometraje.

Convendría iniciar mi exposición con algunas consideraciones —aunque breves— sobre las limitaciones que tiene el inventario que a manera de apéndice acompañará estas notas, como a la necesidad de diseñar una forma permanente y sistemática de registro y acopio de los cortometrajes que se producen en nuestro país, como a los criterios que orientan nuestra selección. No obstante, serán más pertinentes en la introducción al inventario de 10 años de cortometraje. Trataremos de centrarnos más bien en el desarrollo de una argumentación de lo que podría llamar de una manera un tanto escandalosa, **la muerte del cortometraje**, pues el inventario en sí mismo dará cuenta de una vasta y diversa producción en la década que estamos analizando.

Se ha convertido en un tópico considerar al año 1974 como la fecha que marca el nacimiento definitivo del cine venezolano. Se identifica, además, al film **Cuando quiero llorar no lloro** de Mauricio Walerstein como el elemento determinante de una nueva sacudida en esta suerte de vida epiléptica de la cinematografía criolla. Como circunstancia excepcional se reconoce el aporte —a manera de política crediticia— de los primeros cinco millones de bolívares para el cine en 1975. Finalmente, con el largo y complejo proceso que desemboca en el Fondo de Fomento Cinematográfico (Foncine), se acepta y admite como un hecho la consolidación de la industria cinematográfica venezolana.

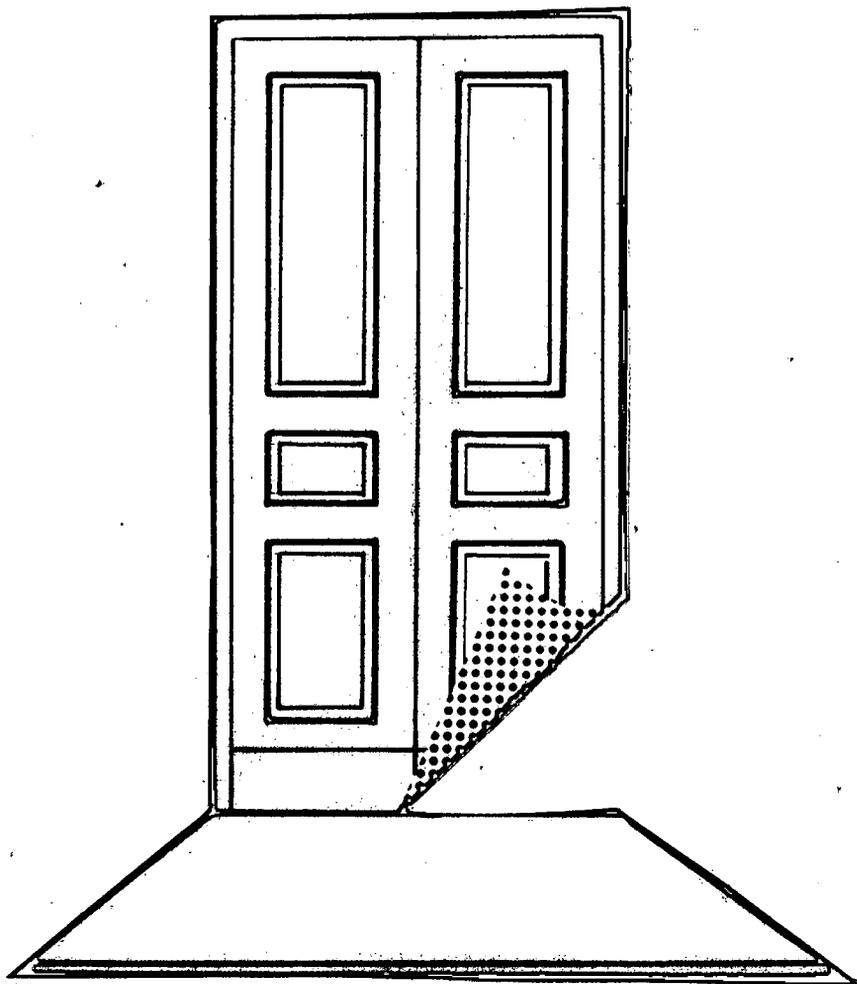
Según como se mire, diez años pueden ser un lapso breve. En nuestro caso, forman parte de una pequeña historia y permiten la “distancia” suficiente para plantear junto a la valoración de lo realizado un conjunto de interrogantes, hoy improrrogables.

Se impone, pues, preguntarse —y para los cortometrajistas esta pregunta es esencial— qué lugar ha venido ocupando y sobre todo ocupará el corto en el futuro más cercano dentro del tipo de industria cinematográfica que se ha consolidado.

No obstante, aunque en forma sumaria hagamos una mínima valoración de lo realizado, antes de encarar de manera más frontal esta situación.

Quizá podríamos iniciar este recuento reseñando la incorporación de una nueva generación a las labores de realización cinematográfica. Muchos son los nombres de jóvenes cineastas que, iniciando su carrera en aquellos finales de 1970, consolidan su ubicación en el "ranking" de la cinematografía nacional en lo que ha transcurrido de este primer lustro de los ochenta.

Hay que reconocer en el impulso a esta nueva y joven cinematografía de cortometrajes la iniciativa de los Concejos Municipales del Distrito Federal y del Distrito Sucre del Estado Miranda, ambos en la zona metropolitana de Caracas. En efecto, a mediados del año setenta y siete, la Comisión Permanente de Cultura del Concejo Municipal del D.F. crea un **programa de subsidios al cortometraje nacional** cuyos objetivos fundamentales son, por una parte, contribuir al fomento de la producción de cortometrajes de autor y, por la otra, ofrecer una mínima posibilidad de garantizar la formación de nuevos cineastas —bajo el lema implícito de "aprender haciendo"— ante la inexistencia de centros docentes dedicados a la formación cinematográfica.



Súmase a ello la modalidad docente ya institucionalizada en el Consejo Nacional de la Cultura (CONAC) de los Talleres de Realización Cinematográfica, que arriban en este 1985 a su octava edición. Nuevamente, pues, es la carencia de instituciones docentes consagradas a la enseñanza de la cinematografía lo que motiva la implementación de tales talleres. Con el concurso de una cincuentena de estudiantes se han realizado unos siete cortometrajes, cuatro del género documental y tres de ficción, amén de los ejercicios individuales de fin de curso que realizan cada uno de los participantes, especialmente a partir del VI Taller de Realización Cinematográfica, en 1983.

Es notable, además, en cuanto a experiencias formativas se refiere, las iniciativas de instituciones como Fundarte y el Centro de Estudios Latinoamericanos "Rómulo Gallegos" que mediante sus talleres de creación han permitido la incorporación de muchos jóvenes en el terreno de la realización cinematográfica. Es cierto, que en estas dos instituciones se pretende fomentar la actividad guionística pero también lo es que los participantes lo utilicen como coartada para llegar a la realización. Para finalizar esta "reseña" docente no podemos dejar de lado algunas iniciativas privadas aunque desconocemos los resultados concretos en el terreno de la realización, como la actividad de los egresados de tales centros.

Tenemos también la permanente y continua actividad del Departamento de Cine de la Universidad de los Andes (ULA), que además de sus propias producciones, ha sido de vital importancia en su oportuno respaldo —mediante la modalidad de las coproducciones— a los cineastas independientes que se aventuran en la producción y realización cinematográficas.

Igualmente, en el Zulia, los cineastas marabinos mantienen desde varios años una activa campaña en pro de la promulgación de una ordenanza municipal que fomente el cortometraje producido en esa región. Instrumento legal que serviría de aliento a la actividad de realización que se ha desarrollado desde las cátedras de la Escuela de Comunicación Social de LUZ, la Universidad del Zulia.

De manera pues que un balance aunque sumario permite apreciar una altísima riqueza temática, una definida vocación alternativa, todo ello junto a un notable dominio técnico.

Entre estos rasgos más significativos de nuestro cine de cortometrajes destaca la profunda sensibilidad de nuestros realizadores para aludir a situaciones, personajes, problemas que significan un descubrimiento —cuando no un deslumbramiento— para el mismo público venezolano. De hecho el 1er. Festival de Cine Nacional realizado en la ciudad de Mérida en 1980 otorga el Gran Premio Simón Bolívar a un cortometraje documental, *El Domador* de Joaquín Cortés. Nuestra presencia en las muestras y festivales internacionales han sido de notable repercusión. Da fe de ello nuestra participación de los más importantes eventos cinematográficos del mundo, Leipzig, Huelva, Oberhausen, La Habana, Bilbao, Lille, Cartagena, entre otros.

A pesar de su corta existencia, no resulta descabellado desarrollar la reflexión tomando en cuenta cómo desde, o junto a, Foncine, se ha fortalecido una orientación que so pretexto de consolidar la industria— con toda la buena fe que pueda haber en esta actitud— ha hecho prevalecer un tipo de cine, mal llamado comercial, desfavoreciendo a otro tipo de cine por oposición no comercial— donde estaría incluido, también, el cortometraje.

Es lamentable no tener a mano las cifras —para nadie es desconocida la dificultad de obtener datos de manera más o menos menos fidedigna— pero no estaría lejos de la verdad si afirmo que ha sido mínimo el porcentaje de los recursos que se ha destinado al cine de cortometraje. Con el agravante que una de sus fuentes "naturales" de financiamiento, los programas de subsidios de los Concejos Municipales se encuentran, virtualmente, en vías de extinción. Como ejemplo baste citar que a mediados de 1985 todavía no se ha cancelado a los beneficiarios en los Concursos de

guiones del Distrito Federal y Consucra de los años '83 y '84.

En cuanto a la distribución y difusión de esta producción, la situación no es menos alarmante. Los tradicionales y también "naturales" circuitos de distribución y difusión alternativas están totalmente desarticulados y al parecer "viviendo" una muerte lenta. No disponen de recursos para adquirir copias y cuando son adquiridas a crédito se hace incierto el momento en que el productor-realizador recuperará una mínima parte de su inversión.

Desde ya mucho tiempo la Cinemateca Nacional y la Coordinación de Cine del Conac, no adquiere copias por la imposibilidad de ejecutar las partidas, cada vez más escuálidas, que el monstruo burocrático dedica a este renglón.

La Cinemateca, por su parte, si bien hay que reconocer ha cedido su espacio para que el día que habitualmente está cerrada al público (los lunes) se destine al estreno de cortos nacionales, también es cierto que se presenta como una actividad "marginal" pues es el mismo cineasta quien debe pagar al proyeccionista en ese día especial.

La Asociación de Autores Cinematográficos (ANA) ha pecado de falta de audacia en la valoración de unos de los formatos de mayor vitalidad que ha contribuido en mucho al conocimiento y expansión de nuestra vida cinematográfica en el país y fuera de él.

En fin, en los propios cineastas no ha prevalecido una "conciencia gremial" a la hora de venderse al mejor postor. Lo que puede parecer razonable en este saco de gastos que es, preferiría decir se ha convertido, el cine nacional.

La comprensión y valoración de todos estos hechos nos conduce a afirmar que el cortometraje, sin abandonar los circuitos alternativos, entra en la televisión o desaparece. Así de claro.

Tratemos de ser más explícitos. Antes que nada debo señalar que cuando digo entrar a la televisión significa caminar con paso firme por la puerta principal y no a hurtadillas por la de servicio. Ir a la televisión supone un cambio de mentalidad de los cineastas. Ya basta de beneficencia pública. Ya basta del sentimiento de culpa por haber sido favorecido por una política de



subsidios. En este país son muy pocas las empresas que no reciben un subsidio estatal, y querámoslo o no al cineasta es, además de un creador, un pequeño empresario.

Tenemos que discutir con los altos ejecutivos de las plantas televisoras (tanto la oficial como las privadas) en los términos de "empresarios" que negociamos un producto de óptima calidad técnica y artística y que tiene un valor (precio) muy específico que manejan las televisoras de todo el mundo.

Por otra parte, es conocido la dificultad que se origina a raíz del llamado viernes negro, de mantener el nivel de importación de enlatados que nutren lo más grueso de la programación de las televisoras. Además de difundir y confrontar al público con los cortometrajes ya realizados, se puede también adoptar la modalidad de las coproducciones o de documentales de "encargo" para la tv.

Y consciente como estoy de no querer "descubrir el agua tibia" debo afirmar y sobre todo alertar (me) ante la inexorable muerte del cortometraje si no logra superar la incapacidad de ser exhibido y difundido. No niego que desde hace años se llama la atención sobre esta inminente posibilidad, sólo que ahora es una contundente realidad. Y como excepción que confirme la regla, algunos "fenómenos" logran a acceder a una sensible presencia en los medios informativos pero paradójicamente tampoco logran exhibirse en una dimensión más o menos razonable.

Por otro lado, lo que sí constituye una regla hasta ahora —inquebrantable— es el absoluto desconocimiento del cortometraje por parte del público venezolano. Como también es indudablemente cierto que no se han superado las fronteras de los festivales y muestras.

Frente al esfuerzo que no encuentra mayor gratificación a no ser las distinciones en los eventos que se tiene la suerte —y las copias disponibles— para competir, a la ausencia de una mínima rentabilidad que garantice la continuidad, a los cada vez más insuficientes y desarticulados circuitos alternativos, a la tentación (y presión social) de lo que he llamado el salto al largo, el cortometraje perecerá.

Sin embargo, antes de proceder a la extramaución, indaguemos las posibles causas de este fallecimiento con la esperanza —por remota que parezca— de resucitar al muerto.

Todo el mundo —es un decir, claro— se pregunta, y el desconcierto no es mínimo, por qué no se están exhibiendo los cortometrajes nacionales en las salas comerciales; si existe o no una normativa que garantiza esta presencia en las pantallas; si, acaso, hay una negociación de los distribuidores y propietarios de salas a cumplir con la legislación vigente; o, si en definitiva, a los cineastas no les interesa exhibir sus películas al público "normal y corriente" que va al cine a divertirse. Como reza el dicho, hay de todo en esta viña del señor.

Durante el año de 1984 las ondas epilépticas cinematográficas alcanzaron al pequeño formato en lo que a exhibición se refiere. Se exhibieron una decena de cortometrajes que de alguna manera dieron la impresión que se estabilizaría la exhibición del corto. No estoy seguro si de la apreciación global de este volumen podemos sacar algunas conclusiones que ratifiquen la idea central que queremos desarrollar aquí. En todo caso conviene señalar lo siguiente:

Está en vigencia una, así llamada, Norma que garantiza, legalmente, la exhibición de "los cortometrajes especiales de autor". En efecto, en el **Capítulo IV artículo 42 de las NORMAS PARA LA COMERCIALIZACION DE LAS OBRAS CINEMATOGRAFICAS**, (Decreto No. 1612-4 de setiembre de 1982), se consigna lo siguiente:

"Los exhibidores deberán proyectar cortometrajes especiales de autor en todas sus salas según la existencia de producción nacional. Se exhibirán inmediatamente antes del largometraje programado en la sala".

Y más adelante en el artículo 45 estipula —y precisa— la forma y posibilidad real de exhibición:

Artículo 45:

“Los cortometrajes serán exhibidos de la forma siguiente: a) si la duración de largometraje y del cortometraje no exceda los ciento diez minutos, será exhibido en todas las funciones. b) Si la duración del largometraje y del cortometraje es entre ciento once y ciento quince minutos, será exhibido por lo menos en dos funciones. c) si la duración entre el largometraje y el cortometraje es entre ciento dieciséis y ciento veinte, será exhibido, al menos, en una función (. . .)”.

Está vigente una Comisión tripartita conformada por los representantes de los distribuidores, de la Dirección de Cine de Fomento y la ANAC cuya atribución es la de formalizar todo lo que a la exhibición propiamente dicho se refiere. Se han formalizado los requisitos para acceder a la exhibición obligatoria, a saber: Ficha técnica, Constancias de registro de proyecto y constancia de registro como técnico en la Dirección de Cinematografía de Fomento, carta de nacionalidad del film, entre otros recaudos.

Es claro, entonces, que existe una estructura normativa que garantiza la exhibición **obligatoria** (y subrayamos **obligatoria**) del cortometraje nacional de autor. No obstante sigue imponiéndose la pregunta: ¿Por qué no se están exhibiendo los cortometrajes?

Independientemente que los trámites que conducen a la exhibición obligatoria sean o no “un fastidio”, las dificultades parecen estar centradas en la imposibilidad de obtención de las copias necesarias a tales fines.

Para nadie es un secreto que las producciones independientes llegan agónicamente al final. Y final significa obtención de una primera copia definitiva. Todo lo referente a promoción, distribución y exhibición del film no está contemplado en el presupuesto. De allí, pues, que si en el mejor de los casos se produce un cortometraje en el formato standard (comercial) de 35 mm, de una duración “ideal” de unos quince minutos, el problema se hace patente ante la dificultad de obtener las copias adicionales que permitan su distribución y exhibición en las salas comerciales, lo que a su vez repercute en un mayor y “real” contacto en el público y en una posibilidad —si bien limitada— de recuperar algo de la inversión.

Por otra parte, el problema se hace más agudo cuando el film es rodado en 16 mm., pues, se trata en este caso de lograr su ampliación en 35 mm. amén de las copias adicionales. En consecuencia, se hace necesario que el Fondo de Fomento Cinematográfico asuma de una forma activa —entiendo que la ANAC ha tomado una iniciativa en tal sentido— los costos de ampliación y el tiraje de copias como crédito sobre los ingresos que percibirá el realizador por concepto de exhibición.

Creo que esta iniciativa se impone como la más viable y de mayor corto plazo para nutrir las salas comerciales de una excelente y variada producción de cortometrajes de una forma permanente.

Por otro lado, quedarían abiertas las posibilidades para realizar experiencias al estilo de la pasada y exitosa de LA PROPIA GENTE que aparece como un reconfortante precedente, o como TRES TRISTES TOPICOS, menos afortunada, pero que en su conjunto resultan casos paradigmáticos. De una parte, la propia gente, tres documental rodados originalmente en 16 mm. y que gracias a la alta repercusión que logran individualmente se amplían a 35 mm. para ser exhibidos comercialmente y trascender considerablemente la difusión que ya tenían en los circuitos alternativos. Diecisiete semanas en cartelera constituyen una prueba contundente para contrade-



cir a quienes opinan que a la "gente" no le gustan los cortometrajes nacionales. En el caso de **TRES TRISTES TOPICOS** se juntan tres cortometrajes de ficción rodados directamente en 35 mm. y con la intención expresa de exhibirse como largometraje.

No estoy en condiciones, en esta oportunidad, de desarrollar una reflexión en torno a un temor creciente de lo que podría llamar una guerra de formatos, entre el 16 mm. y el 35, motivada, "instigada" por las circunstancias, actuales de la exhibición. Circunstancias que a mi modo de ver podrían atentar contra la producción de cortometraje en 16 mm. favoreciendo una producción en 35 mm. de corta duración y "apta" para todo público. En todo caso es un problema latente y sobre el que hemos de volver en plazo muy breve.

Debo concluir, entonces, —quizá abruptamente— retomando un planteamiento central: conjuntamente con la revitalización y revaloración de los circuitos alternativos, de los esfuerzos de exhibición en las salas comerciales, la lucha de los cortometrajes en la década que comienza debe centrarse en conquistar la televisión. En beneficio del desarrollo de nuestra cinematografía y de la comunicación con el público venezolano. Quién quita que para el 95 tengamos un puesto preferencial en la CABLE TV.

APENDICE: INVENTARIO DE DIEZ AÑOS DE CORTOMETRAJE(*)

1975

- *EL BEISBOL*, cm, Alfredo Anzola
- *LA BICICLETA*, cm, Oscar Molinari
- *LOS CABALLITOS. REBELDES*, John Ruiz Poleo
- *CARACAS 75*, Elias Pérez Murillo.

- *EL CIRCO MAGICO.* Jesús Enrique Guédez
- *LOS COLORES DEL DESIERTO.* Angel Hurtado
- *LOS CHIMBANGUELES.* Alberto Torija, Héctor Ríos, Mauricio Walerstein.
- *DESCARGA.* Iván Feo, Antonio Llerandi.
- *DOS PUERTOS Y UN CERRO.* Mario Handler.
- *GUARAIRA REPANO.* Raúl Fuentes
- *HEROES Y TUMBAS.* Manuel de Pedro.
- *CAMINO HACIA LA VIDA DEL GENERAL GABALDON.* Ivork Cordido.
- *COMO ISLAS EN EL TIEMPO.* Luis Armando Roche.
- *COMPADRE QUE ESTA PASANDO.* Betty Kaplan.
- *CONEJIN.* José Castillo.
- *CHILE 11 DE SETIEMBRE.* Michael New.
- *ESCUELA DE CARACAS.* Josefina Acevedo.
- *HISTORIA.* Jacobo Penzo.
- *MARIA DE LA CRUZ, UNA MUJER VENEZOLANA.* Franca Donda, Josefina Jordán.
- *MERIDA NO ES UN PUEBLO.* Luis Armando Roche.
- *MISERIA.* Sandra Bracho, Marlene Lugo, Rosa M. Salom, R. Raujo.
- *UN NUEVO MODO DE VIVIR DONDE NADA SE PARECE AL PASADO.* Josefina Acevedo.
- *LOS PATARRAJA.* Nilda Bermúdez, Luisa Narváez, Alis Nucette.
- *TIERRA BALDIA.* David Rodríguez.
- *PALABREO DE LA LOCA LUZ CARABALLO.* Silvia Manrique.
- *POLEO Y LA FIGURACION POETICA.* Angel Hurtado.
- *LA REALIDAD Y LA FICCION.* Hermán Lejter.
- *SE MUEVE.* Iván Feo, Antonio Llerandi.
- *SUUMAIN WAYUU (TIERRA GOAJIRA).* Luis Correa.
- *TODOS LOS DIAS UN DIA.* Roque Zambrano.
- *TRES ENCUENTROS DEL ARTE HISPANOAMERICANO.* Joseph Fabry.

1976

- *A MEDIO Y DE LOS TRABAJADORES.* Alfredo Anzola.
- *BLACAMAN EL BUENO, VENDEDOR DE MILÁGROS.* Miguel Curiel.
- *BOTERO EN VENEZUELA.* José Campos Biscardi.
- *BUSCADORES DE DIAMANTES.* Manuel de Pedro.
- *CAMPOMA.* Jesús Enrique Guédez.
- *CESAR RENGIFO.* Jesús Mujica, Juan Plaza, Pedro Riera.
- *CINCUENTA Y CUATRO CAMINOS HACIA EL FUTURO.* Oscar Garaycochea.
- *CRUZ AMADO FAGUNDEZ CRONISTA DE UN TIEMPO.* Eddy León, Iván Zambrano.
- *LOS DIOS DE CARA BLANCA.* Freddy Siso.
- *DESANIMACIONES.* Armando Arce.
- *UN DIA UN RIO.* Oscar Garaycochea.
- *HECHO EN VENEZUELA.* Oscar Garaycochea.
- *HOTI.* Jorge Pacheco, Rodolfo Matus.
- *EL JUEGO Y LA VIDA.* Josefina Jordán.
- *JULIO 1911.* Nelson Arrieti.
- *KARIÑA.* Armando Arce.
- *MI PAPA ME LO CONTO.* Peggy Nash y Leuten Rojas.
- *PUERTO COLOMBIA.* Solveig Hoogesteijn.
- *RODIN MIS EN VIE.* Alfred Brandler.
- *¿TE ACUERDAS DE SONY LEON?* Mauricio Walerstein.
- *TIEMPO COLONIAL.* Mario Handler.
- *TIERRAS DE QUIBOR.* Oscar Garaicochea.
- *TRANSITO.* Peggy Nash, Leuten Rojas.

1977

ANA Y GABRIEL. Iván Croce.

- **ARMANDO BARRIOS.** *Rafael Ovalles.*
- **EL CINE SOMOS NOSOTROS.** *Andrés Agustí*
- **EL CIRCULO DE BELLAS ARTES.** *Luis Altamirano.*
- **CUA.** *Carlos Oteyza.*
- **ENCUENTRO CON FREDDY REYNA.** *Rosa Guevara de Suárez, María Josefa Pérez, Carlos Eduardo González.*
- **LA NOCHE BOCA ARRIBA.** *José Alcalde.*
- **UNA OBRA DE GIGANTES.** *Rodolfo Matus.*
- **LA OTRA MUERTE.** *Ricardo Ball.*
- **EL PINCEL DE LA GRAN MONTAÑA.** *Rafael Ovalles.*
- **SORTE.** *Joaquín Cortés.*
- **TALLER DE CERAMICA.** *Néstor Lovera.*
- **TRAMPAS.** *Manuel de Pedro.*
- **TRES CUENTOS INFANTILES.** *Armando Arce, Leopoldo Ponte, Roberto Siso.*
- **EL ULTIMO REDUCTO.** *Igor Medina.*
- **EL 28 DE AGOSTO: INVESTIGACION SOBRE UN RUMOR.** *Miguel Yabrudy.*
- **LA VENGANZA O QUE BELLA SON LAS FLORES.** *Thaelman Urgelles.*
- **LAS VISITAS.** *Eliás Pérez Murillo.*
- **WAHI PAEVI WAHI.** *Alfredo Méndez.*

1978.

- **ARMANDO REVERON. JOSEPH FABRY.**
- **LA BANDOLA Y EL REY.** *Fernando Gavldía.*
- **BRAVO PUEBLO.** *Rafael Ovalles.*
- **CRUZ DIEZ, EL ILUSIONISTA DEL DOLOR.** *Manuel de Pedro.*
- **EL CUATRO DE HOJALATA.** *Alberto Monteagudo.*
- **CHUAO.** *Carlos Oteyza.*
- **DIALOGO CON TRES PINTORES VENEZOLANOS.** *Maruro Rodríguez.*
- **EL DOMADOR.** *Joaquín Cortés.*
- **EL CALLAO.** *Manuel de Pedro.*
- **EN VOZ BAJA.** *Ligia Blanco.*
- **EL EXTRANJERO QUE DANZA.** *Manuel de Pedro.*
- **HACIA UN FELIZ REENCUENTRO.** *Néstor Lovera.*
- **LA LUNA NO ES PAN DE HORNO.** *Marilda Vera.*
- **MANZANITA.** *Armando Arce.*
- **MARIA LIONZA, UN CULTO DE VENEZUELA.** *Raquel Romero, Mario Handler.*
- **MOLOH.** *Eduardo Barberena.*
- **UN MUSICO, UN PUEBLO.** *Néstor Cabrera.*
- **LA PESCA FLOJA.** *Colectivo Grupo Caos.*
- **RITMOS.** *Manuel de Pedro.*
- **RUTINA.** *Livio Quiroz.*
- **SOBREVIVIR O NO SOBREVIVIR.** *Néstor Lovera.*
- **TECHOS DE CARTON.** *Luis Rosales.*
- **TESTIMONIO DE UN OBRERO PETROLERO.** *Jesús Enrique Guédez.*
- **TODOS SOMOS EL CINE.** *Arthur Albert, Bronwen Sennish.*
- **LA ULTIMA GRAN GUERRA.** *Néstor Lovera.*
- **EL VENDEDOR: EL PERIODICO QUE NO LLEGO.** *Colectivo Grupo Caos.*
- **EL VEEDOR: AMOR LIMPIO.** *Colectivo Grupo Caos.*
- **YO HABLO A CARACAS.** *Carlos Azpúrua.*

1979

- **LOS DOLIENTES.** *Armando Arce.*
- **EPOCA INFAMANTE.** *José Jiménez.*
- **HOMBRES DE HUESO Y CAL Y PIEL DE LEON.** *José Jiménez.*
- **MOTIVACION HACIA EL CONSUMO.** *José Jiménez.*
- **NEUROSIS SOBRE RUEDAS.** *Betty Kaplan.*

- PEDREGAL UNA EMPRESA CAMPESINA.
- STRUTHIO MOBILDOTONE. *Andrés Agustí*
- LAS TRES VENTANAS. *Néstor Cabrera.*
- LAS TURAS. *Ana Cristina Henríquez.*

1980.

- UN DIA DE SUERTE. *Roberto Siso*
- HISTORIA DE METRIN. *Alumnos Rondalera y Félix Nakamura.*
- NARVAEZ. *Roger Morffe.*
- PANCHITO MANDEFUA. *Luis Rosales.*
- PAPAGAYO. *Leopoldo Ponte.*
- ¿PUEDE UN TONTON-MACOUTE SER POETA? *Arnolda Antonin*
- EL MONSTRUO DE UN MILLON DE CABEZAS. *Olegario Barrera.*
- LOS QUE VIVIERON DEL MAR. *María Antonia Villasana.*
- TANQUEROS. *Carlos Becerra.*
- EL ULTIMO JUGLAR. *Freddy Véliz.*
- PESCA DE ARRASTRE. *Carlos Azpúrua.*
- EN LA NIEBLA Y LA MEMORIA. *Silvia Manrique.*
- LA LLUVIA COMO POSIBLE TEMA DE CONVERSACION. *Joaquín Cortés.*
- HA REGRESADO SIMON BOLIVAR. *Aurellano Alfonso.*
- SAN SALVADOR DE PAUL-CONSIDERACIONES INTEMPESTIVAS DE UN FOTOGRAFO MORALISTA. *Paolo Gasparini.*
- LA BASURA ES UN TESORO. *Eduardo Scull.*
- SANTA ELENA DE UAIREN. *Carlos Oteyza.*
- SALUSTIO *Néstor Lovera.*
- ROLLO EN CARTUCHO. *Gilberto Márquez y Jorge Castillo.*
- TIERRA EN DESTEMPLANZA. *José A. Pinto.*
- OKO WINIKINA ARAO. *Alfredo Méndez.*
- OLIMPIADAS DE LOS QUEMADOS. *Vitelbo Vásquez.*

1981

- BARCOS DE PIEDRA. *Carmelo Kaydan*
- EN EL PARQUE. *Taller Conac.*
- LOURDES ARMAS EL SILENCIO DE UNA FABULA. *Rosamaría Atencio, LILIANA Blanco, Mariana Diuro.*
- MIGUELON, OFICIO DE REZANDERO. *Blanca Guzmán.*
- OLVIDA TU RECUERDO. *Samuel Rojas.*
- LA PASTORA RESISTE. *Jacobo Penzo.*
- PLASTIDIO. *Taller Conac.*
- LA RED. *Marco Antonio Vásquez.*
- TARZAN HERNANDEZ. *Alejandro Padrón.*
- YO, TU, ISMAELINA *Grupo Feminista Miércoles.*
- ZULEMA KLEIN. *Miguelángen Tisera.*

1982

- EL BARRIO CUENTA SU HISTORIA. *Carlos Azpúrua*
- DOS CIUDADES. *Jacobo Penzo.*
- ENTENDIDO. *Rodolfo Graziano.*
- LA ENTREVISTA. *Taller del CONAC.*
- FIESTA DE CUMPLEAÑOS. *Eduardo Barberena.*
- GENTE DE MOTO. *Christian Bugazzi, Gerardo Becerra.*
- LOS GOLPES GAJOS. *Taller del CONAC.*
- JUAN FELIX SANCHEZ. *Calógero Salvo.*
- JULIAN MELLAO. *Marcial Rodríguez.*
- LLUVIA. *Rodolfo Restifo.*
- INSOLACION. *Taller del CONAC.*

- *NOCHE DE MANTECADO*. Miguel Curiel.
- *PEDRO NAVAJA*. José R. Novoa.
- *EL PEATON MELANCOLICO*. Iris Santamaría.
- *LOS PRESOS HACEN TEATRO*. Manuel de Pedro.
- *EL SEÑOR DEL GRAN SOMBRERO Y EL BIGOTE ROJO*. Omar Calzadilla.
el silencio de isabel. José Alcalde.
- *TERESA*. Alida Avila.
- *WANADI*. Armando Arce.
- *LAS AVENTURAS DE PANCHO PETROLEO*. Alberto Monteagudo.

1983

- *CAÑO MANAMO*. Carlos Azúrua.
- *CLAUSULA CULTURAL*. Livio Quiroz.
- *LA ISLA*. Carlos Oteiza.
- *LO QUE CIRCUNDA EL VALLE*. Huascar Castillo.
- *MARIA LIONZA*. Lanfranco Secco.
- *MEMORIAS . . .* Oscar Lucien.
- *NEGRO COMO TUS OJOS*. Ligia Blanco.
- *TRANS*. Mateo Manaure, Manuel Herreros.
- *BOLIVAR, UN CONTINENTE*. Rafael Araujo.
- *PRESENCIA DE ERNESTO CARDENAL EN VENEZUELA*. Marcial Rodríguez.
- *RETRATO DEL POETA DESNUDO*. Oscar Lucién.
- *EL BANQUETE DEL GOBIERNO O EL VENTARRON DE LAS DOS*. Bernardo Sequera.
- *BOLIVAR EN ITALIA*. Roger Roa.
- *CLETO ROJAS: PINTOR CAMPESINO*. John Dickinson.
- *EL CIRCULO*. Alejandro Padrón.
- *DIA DE FIESTA*. José Castillo.
- *DON LUIS ZAMBRANO*. Andrés Agustí.
- *EL E-JEMPLO QUE CARACAS DA*. Luis Lares.
- *EL PATIO SE ESTA HUNDIENDO*. Oscar Garbísu.
- *LUIS DEL VALLE HURTADO: EL DIABLO DE CUMANA*
- *EL EMBRUJO*. John Petrizelli.
- *EL REBUSQUE*. Román Chamorro.
- *¿SABES QUIEN SOY?*. Manuel Mundó.
- *EL SITIO DEL ANIS*. Freddy Siso.
- *TEATRO MAGICO SOLO PARA LOCOS*. Walter Salamanqués.
- *TIERRAS PRESTADAS*. Elia Schneider.

1984

- *ELEONOR*. Gilberto Pulido.
- *FELIX O ¿SABE USTED CUANTO GANA UN CAJERO?* Luis Alberto Lamata.
- *LA GOAJIRA*. Calógero Salvo.
- *HISTORIA DE UN CABALLO QUE ERA BIEN BONITO*. Leopoldo Ponte.
- *HELENA*. Haydée Ascanio.
- *EL OTRO DATO*. Serafín Díaz de Olivera, Alexis Pino.
- *SINCERAMENTE VICTOR PIÑERO*. Roberto Siso.
- *BOLIVAR, UN HOMBRE INCANSABLE*. Marcial Rodríguez.
- *BUSCAPERSONAS*. Carmen Casassa, Fanla Petzoldt.
- *UN CUENTO A LA ORILLA DEL MAR*. Isabel Urbaneja.
- *EL CHICHERO*. Tito Rojas.
- *DANIEL EN CARACAS*. Pedro Laya, Tamanaco de la Torre.
- *EL DERECHO A LA PALABRA*. Arnold Antonin.

(1) En la elaboración de este inventario sólo hemos tomado en cuenta aquellas películas sobre las que estamos seguros —o sospechamos— una pretensión autoral de sus realizadores. El contexto de una investigación que desarrollaremos más adelante la selección deberá atender

a criterios más rigurosos, es decir, sustentando la escogencia en la visión del film.

(2) Para completar este inventario véase:

- a) **Ambretta Marrosu.** Exploraciones en la historiografía del cine en Venezuela: campos, pistas e interrogantes. Cuadernos ININCO, No. 7, Caracas, 1985.
- b) **Jacobo Penzo.** 10 años de cortometraje venezolano. Revista Visor; pp. 292-333. Caracas. Gracias a la exhaustividad de estos textos, mi trabajo no ha estado tan desamparado.



Si su número
telefónico termina en:
1.2.3
Pague antes del 15 de cada mes



Si su número
telefónico termina en:
4.5.6
Pague antes del 20 de cada mes



Si su número
telefónico termina en:
7.8.9.0
Pague antes del 30 de cada mes

Si usted no ha recibido para esa fecha
su factura telefónica, dirijase a la oficina
comercial de CANTV que le corresponda.



CANTV responde con Ud. a la llamada del país.

G.P.T.

10 AÑOS DE ESCUELAS DE COMUNICACION SOCIAL EN EL PAIS

GLORIA CUENCA

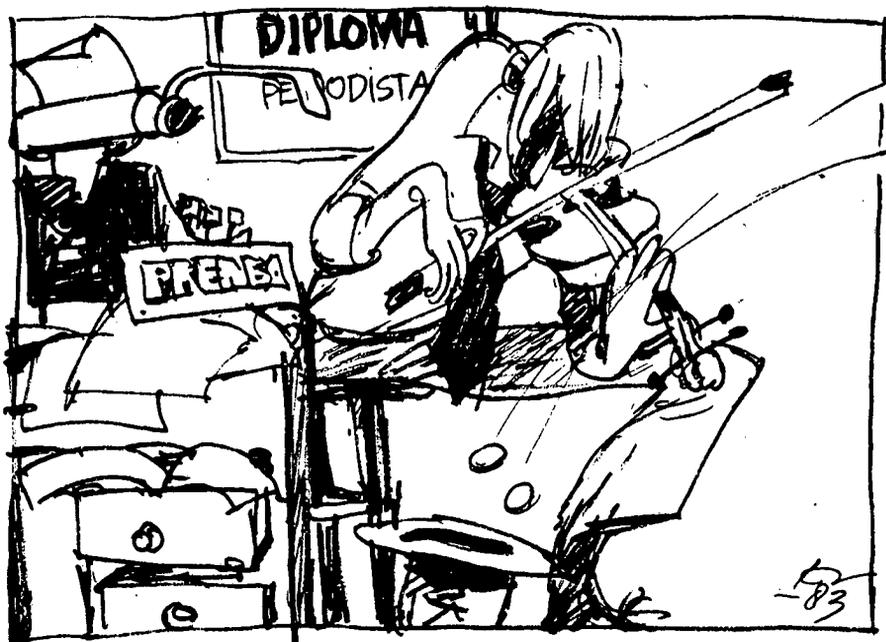
El próximo año 1986 se cumplirán 40 años del Decreto No. 421 de la Junta Revolucionaria del Gobierno de los Estados Unidos de Venezuela, en donde se creaba la Escuela de Periodismo, hoy Comunicación Social, de la Universidad Central de Venezuela. Han transcurrido cuatro décadas desde que la carrera de Periodista comenzó a tener nivel universitario en Venezuela. Hoy, ya no existen, formalmente, las Escuelas de Periodismo. Se han transformado en Escuelas de Comunicación Social, a partir de los procesos de cambio que se dieron en las Escuelas en los años '70.

Los profesionales de la Comunicación Social, se han pre-especializado en cuatro áreas: Periodismo, Comunicación Audiovisual, Publicidad y Relaciones Públicas y la Comunicología, o Investigación y Planificación de la Comunicación. Existen cinco Escuelas en el país: la de la Universidad Central, la de la Universidad del Zulia, la de la Universidad Católica, la de la Universidad de los Andes (Núcleo Táchira), y recientemente comenzó a funcionar la de la Universidad Cecilio Acosta, en Maracaibo.

Al interior de las Escuelas de Comunicación Social, particularmente, de las tres principales, las más antiguas, (Central, Zulia y Católica), se han producido, numerosos conflictos, que han originado el desarrollo y el crecimiento de las disciplinas que allí se enseñan. La ampliación de la Ciencia de la Comunicación que cada vez más se organiza con un objeto propio de estudio, un método y un conjunto de leyes pertinentes y organizadoras de la Ciencia de la Comunicación. Pero, también numerosos conflictos paralizan ese desarrollo y no permiten ver la extraordinaria perspectiva que la comunicación social tiene al vincularse con el progreso y el desarrollo nacional.

Hago un esbozo y un resumen de mi trabajo **La Formación de Recursos Humanos en Comunicación Social en Venezuela.** (Estudio de las tres Escuelas de Comunicación Social en el País), (1) para presentar los principales elementos a considerar dentro del ámbito de la formación del personal para la Comunicación Social.

Vale la pena detenerse en el origen y la situación histórica que marca el comienzo de nuestras Escuelas de Comunicación Social. El caso de la **Escuela de Periodismo de la Universidad Central de Venezuela**, es esclarecedor de muchas de las contradicciones que hoy podemos vivenciar al interior de la Escuela: se crea por Decreto, como una Escuela adscrita al Rectorado, lo que le da una gran libertad de acción. En la década del '40 y recién terminada la Segunda Guerra Mundial, época en la que en los Estados Unidos de Norteamérica se inicia la expansión de la "investigación de las comunicaciones de masas", y el impulso desde las universidades de la necesidad de hacer de las profesiones de la comunicación social, profesiones universitarias. Azar o necesidad



en esta decisión, influencia del patrón cultural norteamericano, o voluntad y conciencia de la importancia que tenía la formación universitaria de los periodistas, lo cierto es que la Escuela de Periodismo se crea, se designa Director a Miguel Acosta Saignes, antropólogo y periodista para que dirija los primeros pasos y estructure la Escuela. Conjuntamente se le manifiesta que tendrá de asesor y colaborador en esta tarea al Decano de la Escuela de Periodismo de la Universidad de Columbia, Dr. Carl Akerman. Según las palabras de Acosta Saignes, Akerman fue dejado de lado, y su asesoría no fue necesaria, ni aceptada por la Dirección de la Escuela de Periodismo. Sin embargo, a lo largo de los años transcurridos en la Escuela de la Universidad Central de Venezuela, se nota una contradicción en el diseño curricular de la Escuela. Contradicción que se aprecia en la perspectiva que tiene el Departamento de Periodismo Informativo, cuyas máximas más importantes para los procesos de redacción de la noticia y el tratamiento noticioso se han regido por patrones establecidos en el periodismo norteamericano: el lead, el cuerpo y el desarrollo de la noticia sobre la base de las 5 W, más la H, (fórmula que se inspira en las preguntas de Quintiliano, pero usada y privilegiada por el periodismo norteamericano e inglés, en la búsqueda de las muchas veces tratinada y cuestionada "doctrina de la objetividad periodística").

Sin embargo, al lado de esto y al mismo tiempo, hay en la Escuela de la U.C.V. un grupo importante de filiación marxista, en el mismo Departamento de Periodismo informativo, convencidos de la necesidad que tiene el análisis marxista para la problemática de los medios y la situación comunicacional.

Ahora, los profesores del Departamento Informativo cada vez más, son profesionales cuya orientación principal no está en una perspectiva alineada en el estudio de la formación social y su implicación en el sistema de los medios, sino, la búsqueda de una profesionalización exitosa; es decir, con capacidad crítica, pero al mismo tiempo efectivos en las tareas de cumplir con el

ejercicio profesional, independientemente del marco social donde se desenvuelven. Las dificultades en los medios, el alto proceso de alienación social y la mercantilización de la noticia, no son fantasías. Muchos menos situaciones irreales: son duras realidades con las que los periodistas/comunicadores deben "lidiar" a diario. La Escuela de Comunicación de la UCV ha pasado en los últimos diez años momentos trascendentales: después de la renovación académica y la intervención militar (69-70-71), el año 74, la semestralización y el año 75 se inicia una etapa importante: el inicio del IV nivel, los post-grados en Comunicación. Se crea en el país un ambiente propicio para el desarrollo de una amplia y fundamental perspectiva de la comunicación: a partir del año 75 (época en que era Director de la Escuela el Profesor Federico Alvarez) se incorporan un grupo de profesores a proyectos de planificación e investigación de la comunicación: Ravelte (1975), Telenovelas (1975), II y III Encuentro de Investigadores de la Comunicación y Creación de la Asociación de Investigadores de la Comunicación (A.V.I.C.). Se firma un acuerdo interinstitucional ININCO-Escuela para la organización de la Primera Maestría en "Política y Planificación de la Comunicación en América Latina" (Coordinada por Héctor Mujica, 1980). Se crea y organiza la mención en "Comunicología" (Investigación, Planificación y Facilitación de la Comunicación Social y sus procesos en 1978). En 1982 se abre el Curso de Especialización en "Periodismo y Cultura" coordinado por la Profesora Olga de Alvarez y en 1984 se reabre la Maestría en "Política y Planificación de la Comunicación en América Latina", Coordinado en esta oportunidad por el Profesor Oswaldo Capriles del ININCO, el Curso de Ampliación "Proyectos de Investigación en Comunicación" Coordinado por el Profesor Adolfo Herrera, en colaboración con CIESPAL.

A pesar de esta ascendente y sistemática evolución de lo comunicacional, al interior de la Escuela de Comunicación de la Universidad Central se siguen manteniendo las posiciones: ¿Comunicadores o periodistas? ¿información o comunicación? como si éstas condujeran a posiciones irreconciliables o antagónicas. El manejo de los problemas al interior de la Comunicación Social requiere de posiciones flexibles, pues hay elementos "crecedores" y que pueden contribuir a ampliar la perspectiva de lo comunicacional que bien manejados darán resultados adecuados, pero si se pierde la perspectiva adecuada se retardarán las salidas y soluciones a las cuestiones planteadas por largo tiempo.

En cuanto a la **Escuela de Comunicación de la Universidad del Zulia**, el balance de estos últimos diez años, es desalentador. Una Escuela que desde la década del 70 cumplía una evolución ascendente llega a una situación crítica en los últimos tiempos, aparentemente por dos razones: la primera un incremento desmedido y sin control de la matrícula estudiantil, sin que haya en la Escuela presupuesto, ni recursos humanos para afrontar cursos de 900 y 1000 estudiantes. La segunda razón, un aparente "enguerrillamiento" entre los Departamentos de Audiovisual y Periodismo, lo que origina dificultades fuertes entre los docentes. Al lado de esto, el desencanto, la pérdida de la mística y la ausencia de una política que continuara las proposiciones trascendentales en torno a los planes de investigación, el IV nivel, el desarrollo de la Escuela hacia la perspectiva comunicacional. Una obsesión por lo tecnológico, un sentido de pérdida del rumbo marca en este momento la orientación de la Escuela de Comunicación del Zulia. Casi se trata de sobrevivir, pues desde el local, prácticamente desmantelado hasta el incremento de los estudiantes con aproximadamente 1000 nuevos alumnos en el primer semestre, dan una idea aproximada de lo que allí acontece. (2).

En la **Escuela de Comunicación Social de la Universidad Católica "Andrés Bello"** hay una situación distinta, existe un ambiente de necesidad de cambio, de "renovación". También ésta Escuela viene de una crisis importante y también hay quejas entre los estudiantes, pero se nota

al llegar a la Escuela que no se han perdido las esperanzas por lograr aspectos positivos y nuevas perspectivas para la Comunicación Social. La Directora es la Profesora Elisa Martínez de Badra, quien enfrenta el reto de transformar la Escuela, ampliar las perspectivas comunicacionales y lograr definir una meta para la Escuela de Comunicación de la Universidad Católica. (3)

RESULTADOS DE UNA INVESTIGACION

Se trata de una parte de la investigación que sobre las tres Escuelas de Comunicación del país efectuó para optar al grado de Magister.

En esa misma investigación realicé una **Encuesta de Opinión Calificada**, (Aproximación al Delphi), entre personalidades vinculadas con los medios, el ejercicio del periodismo, docentes e investigadores de la Comunicación, dirigentes gremiales y empresarios para obtener una información de la perspectiva que al exterior de las instituciones manejan los distintos sectores sobre la formación profesional, sus fallas, prioridades y necesidades inmediatas.

En el cuestionario realizado a los estudiantes obtuve datos de gran interés para el desarrollo de la investigación y la planificación de los recursos humanos en Comunicación. El análisis y la interpretación de esos datos, resultan demasiado extensos para este trabajo y es por ello que opté por hacer éste breve resumen.

De esta forma, de la Encuesta de Opinión Calificada podemos extraer las siguientes conclusiones:

- 1.- Una mayoría considerable, opina que la Comunicación Social y el Periodismo no son la misma profesión (70 por ciento).
- 2.- La mayoría de los entrevistados se agrupó en las siguientes modalidades a la pregunta: ¿Ud cree que lo más importante para un buen profesional del periodismo es?
 - Tener buena formación cultural. (68.0 por ciento).
 - Tener vocación periodística. (66.0 por ciento).
 - Tener buena formación ética. (42.0 por ciento).
 - Ser luchador y crítico. (22.0 por ciento).
 - Tener actitudes para escribir. (20.0 por ciento).
- 3.- La relación que se dió entre quienes creen que la Escuela debe seguir siendo una Escuela (opinión positiva de 50.0 por ciento) y los que creen que debe transformarse en Facultad, (opinión en favor de la Facultad de 48.0 por ciento) no es significativa, pues prácticamente hay igualdad de opiniones entre los encuestados.
4. Abruñadoramente opinaron que la Comunicación Social, no es lo mismo que la Comunicación (92.0 por ciento).
5. En cuanto a las fallas más comunes que los entrevistados atribuyen a los periodistas y comunicadores, la agrupación más importante fué:
 - Insuficiente formación cultural. (78.0 por ciento)
 - No saben escribir bien (32.0 por ciento)
 - No tienen límites éticos y son manipulables por la política (32.0 por ciento).
 - Falta de autonomía y criterio (30.0 por ciento).
 - No tienen conciencia política. (22.0 por ciento).
 - Sin conocimiento histórico-social (20. por ciento).
6. Los entrevistados señalaron las prioridades para la formación de los comunicadores agrupados en siete aspectos importantes:
 - Cultura (68.0 por ciento)

- Política (58.0 por ciento)
 - Etica (42.0 por ciento).
 - Economía (38.0 por ciento).
 - Sociología (24.0 por ciento).
 - Informática e Idiomas Extranjeros (20.0 por ciento respectivamente).
- 7.- En relación a la pregunta sobre las necesidades más importantes en la formación de recursos humanos en Comunicación Social, la agrupación por modalidad dió los siguientes resultados:
- Mejor formación Socio-política. (58.0 por ciento)
 - Mayor énfasis en la formación ética (48.0 por ciento).
 - Profesores más vinculados con los medios (45.0 por ciento).
 - Plan curricular adecuado y vigente (40.0 por ciento).
 - Más práctica que teoría (34.0 por ciento).
 - Más horas técnicas de redacción (28.0 por ciento).
 - Mayor desarrollo personal (20.0 por ciento).

8. En cuanto a la definición del Comunicador Social el resultado fue:
- Como Promotor Cultural 46.0 por ciento opinó positivamente.
 - Como Agente de Cambio Social 64.0 por ciento opinó positivamente.
 - Como Responsable por la Formación de Opinión Pública 78.0 por ciento Dijo Sí.
 - Como Manipulador 44.0 por ciento no dió respuestas.
 - Como Educador 58.0 por ciento dijo sí.
 - Como propagandista 46.0 por ciento no dió respuesta.
 - Como Investigador Social 42.0 por ciento dijo sí.
 - Como Historiador de la Cotidianidad 56.0 por ciento dijo sí.
 - Como Planificador de la Comunicación Social 44.0 por ciento no dió respuesta.

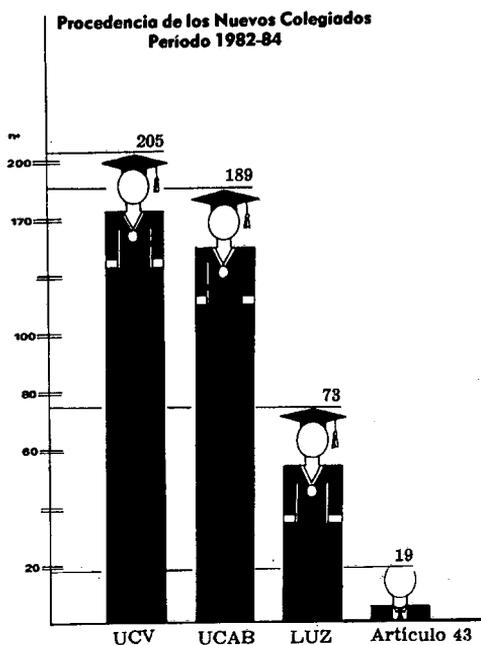
El resultado del cuestionario realizado a los estudiantes de las tres escuelas de Comunicación Social del país es demasiado extenso para resumirlo. Me limitaré a señalar aquellas conclusiones que por su importancia considero se deben resaltar: Las observaciones las haré de una manera global, sin particularizar en cada Escuela, que reflejan similitudes importantes, y apenas una diferencia significativa de la Escuela de Comunicación de la Universidad Católica "Andrés Bello".

Algunas de las ideas preconcebidas, que sirvieron para originar las hipótesis de trabajo se referían:

1. Los estudiantes de Comunicación Social escogen esta carrera para obtener ganancias fáciles y prestigio social.
2. Los estudiantes de Comunicación Social descalifican la profesión que estudian y tienen una imagen negativa de su profesión.
3. Los estudiantes de Comunicación Social tienen una imagen negativa de su Escuela, sus profesores, de la carrera y de ellos mismos.
4. Los estudiantes de Comunicación Social tienen altos intereses políticos.
5. Los estudiantes de Comunicación Social se interesan por luchar por la libertad de expresión.
6. Los estudiantes de Comunicación Social consideran que profesiones como Medicina, Ingeniería y Derecho, son superiores a la Comunicación Social.
- 7.- Existe entre los estudiantes de Comunicación Social, una idea generalizada sobre el significado de la Comunicación Social y el Periodismo, que se transforma en una confusión, a la hora de la definición profesional.

La muestra de estudiantes de las Tres Escuelas fué de 300 estudiantes, por no asistir a Clases, 45 estudiantes el día en que se pasó el cuestionario, las respuestas obtenidas fueron las de 255 estudiantes en las tres universidades investigadas.

- 1) En cuanto a la creencia de si al graduarse de Comunicador Social logran ascenso social, la respuesta fué así: un 61.2 por ciento opinó que sí, un 37.3 por ciento dijo que no; y un 1.6 no dió respuesta. En cuanto a si creen que ganarán mucho dinero: la respuesta mayoritaria fué de 87.8 por ciento en sentido negativo, un 9.0 opinó que, mientras un 3.1 se abstuvo de dar respuesta.
- 2) Una mayoría del 69.0 por ciento cree que un periodista no es lo mismo que un Comunicador Social, mientras 29,0 opina que sí. Hay un 65.1 por ciento que consideran la Escuela de Comunicación Social como **aceptable**, un 16.9 opina que es **buena**, mientras un 15.3 consideran que es **mala** y un 2.7 creen que es **pésima**.
En relación con los profesores, señalan que **Hay de todo: buenos y malos** un 61.1 por ciento, **aceptables**, un 12.9 por ciento, **buenos** 12.5 por ciento predominan los **malos**, 5.1 por ciento, **regulares** 3.9 por ciento. En cuanto al nivel de satisfacción en relación a sus expectativas: es **medio** 69.8 por ciento, **bajo** 17.6 por ciento, **muy alto** 9.0 por ciento y **muy bajo** 3.1.
- 3) En la pregunta ¿por qué escogió usted esta profesión? la respuesta mayoritaria fué: **por vocación** 42.7 por ciento. Luego creen que es de **utilidad social** 28.6 por ciento y **les gusta escribir** 11.4 por ciento. En cuanto a **ganar dinero**, tener **prestigio**, es una **carrera fácil**, tendrá **poder**, para hacer **política**, el resultado es insignificante, con lo que se **desvirtuan** algunas de las ideas preconcebidas.
- 4) Los estudiantes consideran que el **Comunicador Social** se puede describir como un agente de



cambio social un 68.2 por ciento, responsable por la **formación de opinión pública** 60.8 por ciento, **Educador**, 58.4 por ciento. **Investigador social** un 57.6 por ciento opina que sí, mientras un 6.3 por ciento cree que no, y un alto porcentaje el 36.1 por ciento se abstiene de dar respuesta. **Científico social de la Comunicación** un 51.0 por ciento cree que sí un 11.4 por ciento cree que no, un 37.6 por ciento se abstiene de dar respuesta. **Planificador de la Comunicación Social**, un 51.4 por ciento lo cree, mientras un 12.2 por ciento no, y un 36.5 por ciento no da respuesta. Estos resultados a la luz de la interpretación nos dan una idea de la imagen que la **mayoría** estudiantil tiene sobre lo que es o debe ser el Comunicador Social.

- 5) En relación con la definición del periodista, creen que pueda definirse como un **combatiente por la libertad de expresión**, 55.7 por ciento y un 12.9 por ciento opina que no, y un número elevado se abstiene de dar respuesta, el 31.4 por ciento. En cuanto a si puede definirse como **Educador**, el resultado es el siguiente: un 49.8 por ciento cree que sí, un 11.4 por ciento opina que no y un 38.8 por ciento se abstuvo de dar respuesta. En cuanto a si puede definirse como **informador**, un 60.4 por ciento cree que sí, un 7.5 por ciento cree que no, pero la cifra que resalta es la de los que se abstienen: un 32.2 por ciento. También llama la atención la pregunta relativa a si puede definirse como un **político**: un 28.2 por ciento opina que sí, un 29.8 por ciento cree que no y un 42.0 por ciento se abstiene de dar respuesta. Este ausentismo a la hora de las definiciones en relación al periodista como informador produce reflexiones.
- 6) El otro conjunto de respuestas que interesa resaltar son las relativas a la investigación y la comunicología; las respuestas son como sigue: Un 67.1 sabe lo que es comunicología, mientras un 29.0 dice no saberlo y un 3.9 no dió respuesta. A la pregunta si creen que la comunicación social se puede investigar la respuesta en un 93.7 fué sí un 3.5 dijo no y un 2.7 no contestó. En relación a si la comunicación social se puede planificar un 88.6 por ciento lo cree posible, un 7.5 dice que no y un 3.9 por ciento seabstiene de dar respuesta y finalmente a la pregunta si con los instrumentos teórico metodológicos que se le han dado en la Escuela cree que puede investigar la comunicación social como científico social, la respuesta fué sí en un 21.2 por ciento y no un 75.3 por ciento y un 3.5 por ciento se abstuvieron de dar respuesta. En cuanto a si creen que la Comunicación es un factor que contribuye al desarrollo integral de un país, la respuesta mayoritaria, fué de 92.0 por ciento que lo cree, mientras sólo 2.0 por ciento cree que no, y un 4.0 por ciento cree que tal vez.
- 8) En cuanto al poder del periodista a la hora de informar la respuesta fué: un 86.0 cree que sí y un 12.0 opina que no. Sin embargo a la pregunta si el profesional del periodismo tiene la categoría que se merece, la respuesta fué 88,0 no y un 12.0 dijo que no.
- 9) En cuanto a la pregunta **¿Cuáles alternativas ve Usted para el profesional de la Comunicación Social que no sean los medios?** las respuestas mayoritarias se agruparon de la siguiente manera: Investigación 66.0 por ciento; Docencia 50 por ciento, Planificación de la Comunicación 44.0 por ciento y Experto en Comunicación y Desarrollo 40.0. Dos observaciones en este sentido; la primera relativa a la necesidad de implementar el componente docente en las Escuelas de Comunicación del País, ya que al exterior de las mismas se aprecia a la **Docencia** como la primera salida en las posibles alternativas de trabajo. La segunda en relación a **Comunicología**, pues en la práctica y sin darle el nombre, los resultados señalan en mención como la opción.

(1) Tesis para optar al título de Magister en Comunicación Social.

- (2) Ver el trabajo. **La Formación de los Recursos Humanos en Comunicación Social en Venezuela.**
- (3) El resumen de las encuestas y los cuestionarios realizados en las tres escuelas son indicadores de la situación. Ver última parte de este trabajo.



CHASQUI
REVISTA LATINOAMERICANA DE COMUNICACION

- POR UN NUEVO ORDEN INFORMATIVO
- COMUNICACION ALTERNATIVA
- NUEVAS CORRIENTES TEORICAS DE LA COMUNICACION

- TEMAS DESARROLLADOS POR LOS ANALISTAS MAS REPRESENTATIVOS DE LA COMUNICACION DE AMERICA LATINA Y EL MUNDO.
- INNOVACIONES TECNOLOGICAS Y PEDAGOGICAS
- DEMOCRATIZACION DE LOS SISTEMAS DE INFORMACION

Precios de subscripción:
(Subscription prices)

	2 años (2 years)	3 años (3 years)
1 año, 4 números (1 year, 4 issues) Latino América: US \$ 10,00 U.S.A., Europa y Asia: US \$ 20,00	Latino América: US \$ 18,00 U.S.A., Europa y Asia: US \$ 35,00	Latino América: US \$ 25,00 U.S.A., Europa y Asia: US \$ 50,00

Enviar cheque a: CIESPAL, Apartado 584,
(Send check to) Quito - Ecuador



Si requiere más información, diríjase a CHASQUI, apartado 584, Quito, Ecuador.

Oferta para Ecuador
1 año, 4 números
s/. 400,00

Estudiante, Profesor:

ontej

es una forma de vivir

La Organización Nacional de Turismo Estudiantil y Juvenil, ONTEJ, desarrolla el Turismo Social en beneficio de estudiantes y profesores de todo el país. ONTEJ es una Asociación Civil sin fines de lucro, donde tienen representación determinante las entidades y asociaciones estudiantiles de las Universidades Nacionales, oficiales y privadas, los Ministerios de Educación, Juventud, Transporte y Comunicaciones y la Corporación Nacional de Turismo.

Además de los convenios con las líneas aéreas nacionales e internacionales,

ONTEJ ofrece beneficios adicionales, auspiciando actividades de tipo social, recreacional, cultural y deportivo.

El Carnet ONTEJ, además de sus ventajas intrínsecas,

crea para estudiantes y profesores, un estilo de vida, una forma de vivir.

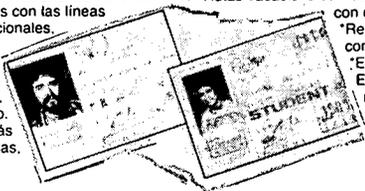
El carnet ONTEJ permite obtener:

- *Descuentos en pasajes nacionales e internacionales.
- *Excursiones en Venezuela y el mundo entero.
- *Hoteles y posadas con tarifas preferenciales.
- *Transporte de autobuses.
- *Entradas rebajadas a teatros, espectáculos musicales, culturales, deportivos y festivales juveniles.
- *Rutas vacacionales.
- *Campamentos juveniles con recreación dirigida.

con recreación dirigida.

*Rebajas en tiendas y comercios afiliados.

*Eventos. *Residencias Estudiantiles. *Y cada día más y mejores beneficios para toda la comunidad educativa del país.



etc



ORGANIZACION NACIONAL DE TURISMO
ESTUDIANTIL Y JUVENIL

Para información, acuda a las oficinas de ONTEJ.

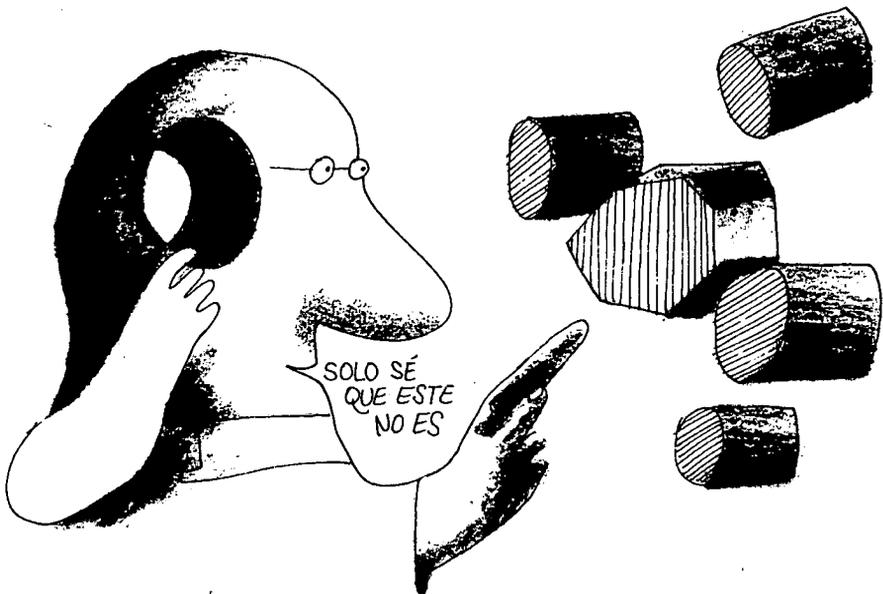
CARACAS: Parque Central Telf.: 573.37.22. Universidad Central de Venezuela Telf.: 662.79.15. Universidad Simón Bolívar Telf.: 962.13.01/09 Ext. 8260. Asociación de Profesores U.C.V. Telf.: 662.37.58. Universidad Santa María Telf.: 483.51.33 Ext. 218. **BARQUISIMETO:** Universidad Centro Occidental Lisandro Alvarado Telf.: 51.78.45 51.24.01. **MARACAIBO:** Universidad del Zulia Telf.: 80.505.84.950. **VALENCIA:** Calle Vargas Edif. Don Payo Telf.: 56.049.81.208. **CUMANÁ:** Universidad de Oriente Telf.: 66.11.72.66.11.57. **PUERTO LA CRUZ:** Universidad de Oriente Telf.: 66.03.53. **PORLAMAR:** Calle Tabares Cta. Doña Gloria Telf.: 61.40.33. **MÉRIDA:** Universidad de Los Andes Telf.: 52.86.93.52.87.64. **SAN CRISTOBAL:** Universidad Nacional Experimental Táchira Telf.: 59.869. **CORO:** Universidad Nacional Experimental Francisco de Miranda Telf.: 51.11.21. **BARINAS:** Universidad Nacional Experimental Essequiel Zamora Telf.: 41.259. **Corresponsalías Internacionales - NUEVA YORK:** Telf.: (212) 481.00.85/88. **MIAMI:** Telf.: (305) 642.13.70.72. **MADRID:** Telf.: 241.33.50.241.36.50. **PARIS:** Telf.: 261.48.87.296.55.22. **FRANKFURT/MAIN:** Telf.: 23.29.12/28.19.15/26.23.70. **LONDRES:** Telf.: 24.87.40.49. **MONTEVIDEO:** Telf.: 91.45.39. **ARUBA:** Telf.: 48.758.

NOTAS SOBRE LA GESTION SINDICAL Y GREMIAL DE LOS PERIODISTAS

CARLOS E. FEBRES

A MANERA DE INTRODUCCION

Realizar un balance de la actividad gremial y sindical de los periodistas en el último decenio, amén de las dificultades para obtener una visión de conjunto y, a su vez privilegiar acertadamente los aspectos específicos, se ve dificultada por la "cercanía" del autor a muchos de los actores fundamentales de las actuaciones más resaltantes en los años mencionados y la "participación" en un proyecto político y gremial como lo es el "Movimiento Prensa Libre". Asumido el compromiso sólo resta encomendarse en esta difícil travesía a lo mejor de nuestra "objetividad" sociológica, acompañada —para bien o para mal— por el amor y el odio, por el acuerdo y el rechazo, con hechos, actuaciones y propuestas de los sujetos involucrados en el proceso.



MODELO PARA EL ANALISIS

La opinión sobre la actuación y resultados de una organización social está condicionada por la utilización —consciente o no— de un “ideal tipo” convertido en matriz para el diagnóstico y la interpretación. Un cierto empirismo reivindica la aproximación a la realidad sin modelos a priori, bajo el argumento que tal actitud es la garantía de la posibilidad de la aprehensión de la realidad y el alejamiento de todo ideologismo en su investigación. Creo —hasta que no se me demuestre lo contrario—, que la ciencia y la honestidad intelectual (hermanas no siamesas) demandan de una conceptualización anterior y de la construcción de procesos técnicos e instrumentos que para no ser erráticos y azarosos requieren de una selección previa de dimensiones y aspectos que son el producto de una teoría que sirve de soporte para el hallazgo de las vinculaciones reales, que no siempre corresponden a las apariencias observadas. La ideologización, el encorsetamiento y en definitiva la parálisis será la consecuencia, no de la utilización del camino descrito anteriormente, sino de la aberrante, deshonesto y absurda actitud de querer introducir a la fuerza en los modelos la realidad que se resiste o adulterar —eliminando o privilegiando— componentes de lo real que dificultan el acoplamiento con la teoría o hipótesis respectiva.

En virtud de las premisas de base antes expuestas explícito los supuestos que utilizaré para mi análisis:

- 1.- Las organizaciones gremiales y sindicales en Venezuela desarrollan un conjunto de características sui generis, como fruto de nuestro particular modelo “rentista petrolero” y la estructura-societaria sobre esa base edificada. La tradición europea (anglo-sajona, germana o mediterránea) de estructura y funcionamiento de estas instituciones (incluido el modelo norteamericano) guardan una relación de complementariedad y correspondencia entre la estructura de empleo, la calificación profesional, el mercado de trabajo y el papel social asignado al gremio y al sindicato. En nuestro país, como en muchos otros aspectos se transplantó un modelo (tal vez sería más correcto decir se copió una forma.) que en el traslado fue desencajada de su propia historia y su estructura para ser sembradas, sin raíces y sin abono en un terreno fértil, pero tal vez no para esas plantas exóticas o experimentos de hibridismo, sino para una realidad organizativa, que sin darle la espalda al mundo, fuera producto de nuestra realidad social y muy especialmente de nuestra particular estructura de empleo. El resultado salta a la vista: la ambigüedad en términos de la identificación de los intereses de clase y la dualidad contradictoria entre la fidelidad a la institución y al partido u organización política.
- 2.- La historia contemporánea ha demostrado, pareciera que con sólidos argumentos, que toda organización social cuyo campo de confrontación es el mundo del trabajo requiere contar o adherir a un proyecto global de sociedad, radical o no, donde la contradicción fundamental, en este caso la existente entre patronos y empleadores, sea resuelta en favor de quienes la organización representan; y a su vez que tal posibilidad sea percibida como factible y vinculada a la actividad cotidiana de la lucha por los pequeños cambios; ello a su vez acompañado de una suerte de “imposibilidad de retorno”, es decir que en las confrontaciones —por radicales que sean— no está presente la posibilidad de la pérdida de las reivindicaciones obtenidas hasta ese momento (este último factor, lamentablemente descuidado en la práctica por algunos directivos sindicales y políticos, explican la parálisis de movimientos sociales ascendentes y combativos en algún momento)
- 3.- La “modernización” de la sociedad venezolana, particularmente en su escolarización masiva y en el cambio de los patrones pivotaes del modo de vida, han creado un nivel de ex-

pectativas que no entran en correspondencia con la actual estructura y funcionamiento del movimiento sindical y gremial; es decir, que el movimiento sindical y gremial venezolano revela agotamiento, en términos del modelo político y organizativo que hasta hoy lo ha sustentado, y que sólo modificaciones radicales en su concepción, estrategia y organización le permitirán el seguir jugando un rol como actor social significativo.

EL S.N.T.P. O LA HISTORIA DE UNA CONTRADICCION

La lectura de los programas que presentaron las diversas alternativas para las últimas elecciones del S.N.T.P., revelan claramente la ambigüedad de una organización sindical. La plancha vencedora plantea como compromiso fundamental:

... "un sindicato para todos . . .", que implica la participación de . . . "todo los que intervienen en el proceso de elaboración de un periódico o un noticiario . . ." y "Periodistas, fotógrafos, fotocomponedores, correctores de prueba, contadores, trabajadores de talleres, editores, camarógrafos, luminotécnicos y todos los que intervienen de cualquier manera en la noticia como producto . . . De ahí la consigna luchar con todos por un sindicato fuerte". Y en forma expresa dice "Cuartilla" refiriéndose al "Movimiento Prensa Libre" (M.P.L.) . . . "marginaron de la organización sindical a quienes no eran periodistas, porque nunca estuvo entre sus planes la unidad . . ." (1). Cuartilla plantea . . . "atraer hacia el S.N.T.P. a sectores que antes fueron de él o que aún siéndolo, se sientan marginados, discriminados. Si eso se logra, se habrá dado el primer paso para fortalecer al S.N.T.P., para hacerlo diverso y plural y, por tanto para estar en capacidad de enfrentar una crisis que se pone cada vez más negra para los trabajadores" (2)

La importancia que se le concede a tal propuesta es tan obvia, que llega a constituirse en la consigna central de la Plancha presidida por el periodista Javier Conde. Lo que nos interesa resaltar es la curiosa coincidencia de esta supuesta diferencia existente entre dos concepciones de afiliación al Sindicato y la vida cotidiana del actual S.N.T.P.

La fundación del Sindicato Nacional de Periodistas (S.N.P.) se llevó a cabo el lunes 11 de marzo de 1946 en sesión celebrada en la sede de la "Asociación de Linotipistas de Venezuela". En el local del edificio "Washington" se concretó una vieja aspiración de los periodistas a lo cual habían antecedido la creación de la "Asociación Venezolana de Periodistas", creada la primera el 29 de Diciembre de 1935 (3) y la segunda el 20 de agosto de 1941, ello sin contar a: . . . "un sindicato de Periodistas de Vida muy breve y actividades sin mayor trascendencia . . ." (4) fundado en 1936.

Los meses que precedieron la fundación del S.N.P. y su primer año de funcionamiento, estuvieron cruzados de las dificultades típicas de los balbucesos de la actividad sindical, pero en términos de la definición de sus objetivos y del alcance de su política la discusión fundamental y las diferencias más violentas fueron el producto del enfrentamiento entre dos concepciones de afiliación: Los que sostenían la solo afiliación de los periodistas y cuando máximo también la de fotógrafos, corresponsales y colaboradores fijos y los que instaban a que el sindicato estuviese integrado por los trabajadores de la prensa en general, incluyendo linotipistas, empleados administrativos y pregoneros. Esta diferencia se refleja en la propia A.V.P., donde había quien propiciaba la creación del sindicato como extensión de la A.V.P. en un área, donde por razones legales ella no podía actuar; y en otros que veían con recelo la autonomía y auguraban posibles enfrentamientos futuros.

En la primera reunión efectuada para discutir la posible creación del sindicato y la elaboración de sus estatutos fue reseñada por "El Nacional" del viernes 8 de Marzo de 1946 y en esa nota se recoge:

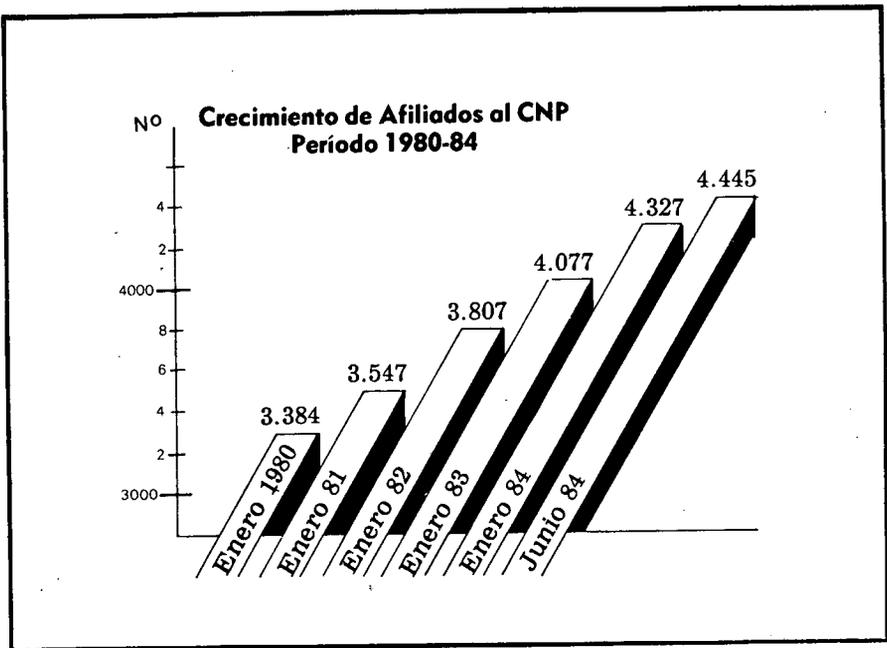
Después de las exposiciones preliminares, la discusión previa se canalizó en dos sentidos: si el sindicato debe agrupar únicamente a los redactores y reporteros de textos y gráficos, o si ésta aglutinación debía intentarse previamente con el fin de crear un Sindicato Unico de Trabajadores de la Prensa, con los linotipistas y la Asociación de Artes Gráficas. Después de varias intervenciones, triunfó la primera posición, sostenida por mayoría (5).

Manuel Molina Peñaloza de igual manera cita a "El Universal" y de ello extractamos algunos fragmentos:

A pedido de una mayoría, Agudo Freitas concretó su disertación en una proposición de que el Sindicato estuviera integrado por los trabajadores de la prensa en general, incluyendo linotipistas, empleados administrativos, etc. Puesta en discusión esta proposición, se expresaron muchas opiniones diferentes, sustentándose la tesis de que se trataba de periodistas, esto es, de redactores, reporteros, fotógrafos y colaboradores regulares remunerados, pues los demás trabajadores de la prensa ya estaban organizados. Los empleados de administración tienen su organismo específico: La Asociación Nacional de Empleados; los Linotipistas tienen su sindicato y también los pregoneros están organizados.

Luego surgió la proposición de Rafael Calderón, que concretamente expresaba: Que quede de una vez constituido el sindicato con periodistas activos (redactores, reporteros, columnistas, etc.), reporteros gráficos y colaboradores regulares remunerados.

Puestas en votación las dos proposiciones, fue negada la de Agudo Freitas, que obtuvo catorce votos; y aprobada la de Calderón por mayoría. Se advirtió que esto no quería de-



cir que el Sindicato Nacional de Periodistas no colaborará con los demás organismos similares para el caso de que en lo sucesivo se tratara de crear la Federación de Trabajadores de la Prensa.

Respecto a la posición del Sindicato con relación a la A.V.P., aspecto señalado por Agudo Freites, se acogió una moción de César Rengifo en el cual enfocó con acierto la discriminación de que la Asociación Venezolana de Periodista actúa en el plano de lo cultural más que todo y las funciones del Sindicato, como se ha expresado categóricamente, son económicas y sociales. (6)

Aún cuando la utilización de las citas pueden parecer el camino más árido para la construcción de mis hipótesis, no veo otro camino para evidenciar situaciones más allá de la gestión circunstancial de una Junta Directiva. Cuando 39 años después de la reseña aparecidas "El Universal" y "El Nacional", el periodista Amado Fuguet en artículo aparecido en el No. 17 de "Cuartilla" afirma:

Hasta ahora nuestro sindicato se ha conformado por adscribir a sus filas únicamente a los empleados que están en los pisos de arriba de los periódicos. Pero no ha bajado al sótano, uno de los soportes fuertes de la industria periodística . . . El Sindicato de los Trabajadores de la Prensa, debe canalizar las aspiraciones de todos los que laboran en la industria periodística . . . los nuevos dirigentes del S.N.T.P. . . (deben) . . . encarrilar su tren para conformar el Sindicato de la industria periodística, que no debe ser otro que el S.N.T.P., de tal forma que maneje el movimiento sindical que va desde la redacción de la noticia hasta el empaquetado del diario y, ¿Por qué no?, hasta la venta de los periódicos en los Kioskos.(7).

Si el 6 de febrero de 1946 la Junta Directiva del S.N.P. decide cambiar su nombre por el de S.N.T.P., dándole 11 meses más tarde la razón a Raúl Agudo Freites y legalizando lo que de hecho venía dándose desde los primeros contratos firmados en 1946 y que incluía no sólo a periodistas sino correctores de prueba y personal administrativo; ¿a qué se debe que en 1985 la discusión siga planteada en los mismos términos que en 1946? De igual manera la propuesta formulada por el equipo vencedor en las pasadas elecciones del S.N.T.P. de impulsar la "revocatoria del mandato a los responsables sindicales a todos los niveles que incumplan con sus funciones" (8) pareciera estar consagrado desde el 11 de marzo de 1946 en los estatutos elaborados por Luis Evaristo Ramírez, Martín Ernesto González y Rafael Calderón, que en el artículo 20 del Capítulo VI establece que

. . . cualquiera de los miembros de la Junta Directiva o su totalidad, podrán ser removidos antes de expirar el período, por decisión de las dos terceras partes de la totalidad de los miembros del Sindicato, y por los siguientes causales: malversación de Fondos de Sindicatos; actividades de rompe huelgas; inasistencia a cuatro sesiones sin causa justificada; incumplimiento de los acuerdos y resoluciones aprobadas por la asamblea o comisión de actas que comprometan la existencia del sindicato. Estas sanciones podrán extremarse con medidas de expulsión del sindicato (9).

Entonces o estamos en presencia de una especie de psicopatía colectiva, en la cual los códigos de comunicación y realidades no concuerdan o leemos en las claves que tales acontecimientos lo señalan y extraemos de su significación simbólica la aproximación a la realidad que poseen y logramos pasar de la crítica electoral hábil y oportuna al diagnóstico objetivo que permita ser el inicio de una proposición de cambio.

La presencia del Movimiento Prensa Libre en el Colegio Nacional de Periodistas (C.N.P.) y en el S.N.T.P. ha sido a través de su gestión la evidencia de un equipo, que recoge la capacidad

de algunos dirigentes sindicales y gremiales con vocación e interés, al lado de otros personajes, que sólo se explica su presencia, fugaz o permanente, en cargos relevantes por la legitimación proveniente de su participación en una estructura burocrática, cuyas lealtades estaban distribuidas entre la aceptación acrítica de fórmulas y políticas y la gerencia de un caudal electoral que tenía su base en una vinculación externa, más de origen partidario que gremial o sindical.

Entrampados en su propia lógica de "preservación" de la cuota de poder y ahogadas las numerosas y permanentes voces de inconformidad, sus programas y actividades captaban el deseo de modernización y definición de la Afiliación al Sindicato, pero los compromisos adquiridos en las relaciones de supra-lealtad y a los pequeños círculos de poder le impedían transcender en la acción las limitaciones que su misma base de poder les representaba. Por eso se llega a la curiosa situación en la cual no hay ninguna proposición de cambio y transformación del Sindicato y Colegio, que no haya estado, alguna vez, expuesto a propuesta por el M.P.L. Bien es cierto, de igual manera que sus logros están siempre limitados por consideraciones de poder, que los llevaron a no arriesgar su base electoral en función de una propuesta de renovación integral de la estructura y funcionamiento del S.N.T.P. y del C.N.P.

La paradoja de la propuesta "alterna" que hoy "Cuartilla" representa para el sindicato y el Colegio es que su base de poder, funciona con adherencia y mecanismos de lealtad- semejantes al M.P.L.; amén que su base electoral ampliada surge de compromisos que objetivamente dificultarán el ejercicio de un poder impugnador.



A MANERA DE CONCLUSION

1.- **La identidad social** de un grupo pareciera ser el soporte básico de todo proyecto de organización social. El quiénes somos y qué queremos parecen ineludibles preguntas en el tránsito del discurso a la acción; el ejercicio de un oficio que es asumido por algunos como más cercano a la satisfactoria (espiritualmente) labor del escritor o del poeta, en definitiva del artista y cuyas gratificaciones están más en el reconocimiento de su obra y su talento que en las terrenales mejoras de sus condiciones de trabajo, no es fácil compatibilizarlo con el oficio del trabajador intelectual que cumple su labor diaria con agri dulce mezcla de fatiga alienante y del placer del creador, pero que reivindica como elemento central de su actividad su condición de asalariado y en consecuencia la reivindicación sobre su condición y medio ambiente de trabajo como centrales en su cotidianidad. No pueden hablar periodistas de un sindicato para "todos", cuando todos sus cenáculos son de "algunos" y mal puede plantearse la democratización del sindicato cuando objetivamente las campañas electorales y la composición de las directivas son el reflejo del predominio de los periodistas sobre los demás oficios del mundo de la prensa. Y más difícil aún es que el kiosquero, el pregonero, el trabajador de taller sienta que "nosotros" es más que "yo periodista y tú trabajador manual". El resolver los problemas básicos de identidad pertenencia y afiliación determinarán la posibilidad de replantear objetivos e incluso de modelar fórmulas inéditas, extrañas, pero tal vez eficaces y realmente democratizantes.

2.- **La modernización**, en especial para el sindicato, no es solamente "poner al día" a las finanzas o generar una nueva dinámica en las reuniones de Junta Directiva. No, es eso y mucho más, es replantearse la idea de la participación en términos de la responsabilidad; es destruir un ideal del delegado sindical que no asume el nosotros como el componente fundamental y que la pedagogía sólo está presente en el curso o en el seminario formal, pero no en la actuación diaria del directivo.

Sólo la disposición a recomponer las lealtades y el equilibrio del poder permitirá, a mi juicio, transformar hacia adelante y no mejorar para que nada cambie.

NOTAS

- (1) Editorial Cuartilla No. 17, Mayo de 1985. Pág. 2.
- (2) Ganar el apoyo de todos es algo más que una consigna. Cuartilla. No. 17. Caracas, Mayo de 1985. Pág. 6.
- (3) Molina Peñaloza Manuel. Breve Historia del S.N.T.P. Caracas Marzo de 1984. Pág. 8.
- (4) Eleazar Díaz Rangel. Apuntes y Materiales para la Historia de la A.V.P. Ediciones de la A.V.P., Caracas, 1967.
- (5) Hacia la Constitución del Sindicato de Periodistas. "El Nacional". Marzo 8 de 1946. Citado por Molina Peñaloza, Manuel. Breve Historia del S.N.T.P. Caracas. Marzo 1984. Págs. 10-11.
- (6) "El Universal", 8 de marzo de 1946. Citado por Molina Peñaloza Manuel. Breve historia del S.N.T.P. Caracas. Marzo. 1984. Pág. 12.
- (7) Fuquet Armando. El S.N.T.P. debe bajar a los sótanos. "Cuartilla" No. 17, Caracas, Mayo 1985.
- (8) Tríptico electoral repartido por Cuartilla en las elecciones del S.N.T.P. 1985.
- (9) Estatutos del Sindicato Nacional de Periodistas. Caracas, 1946.

Cortesía de Maltín



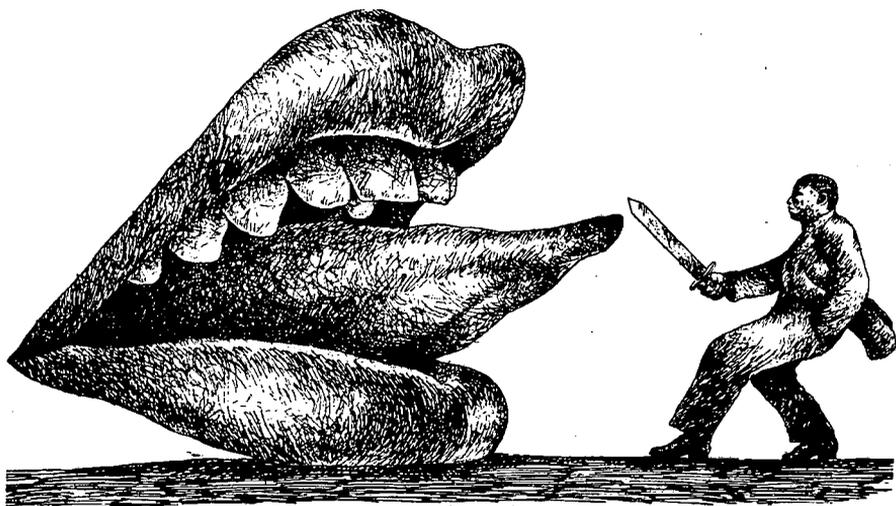
diálogo social
Revista mensual centroamericana

Independiente, veraz y comprometida en el análisis e interpretación de los acontecimientos políticos, económicos, sociales y culturales de nuestra América.

Suscripciones (once números al año): América Latina y España: US\$25, EE.UU, Canadá y Europa US\$35.00, Asia, África y Oceanía US\$40. Un ej. por correo aéreo US\$2.00. Por cada número especial un dólar adicional. ISSN: 0046-0206
Edita: Centro de Capacitación Social, Apartado Postal 9A-192, Panamá, R. de P.
(0507) 26- 6971.

CONFESIONES DE UN EGRESADO DE LA DEMOCRACIA

AQUILES ESTE



El titular que impongo a este trabajo no hace del todo honor a la verdad. En realidad, quien se confiesa, todavía no egresa de la Escuela de Comunicación Social UCV. Actualmente realizo mi tesis de grado, de tal forma que por los vientos que soplan, por fin me voy a graduar. Confieso igualmente trabajar como fotógrafo en un diario de Caracas, donde aprendo algo nuevo cada día. Así, me permito hablarles a tenor de lo que inspira mi actual situación: graduando UCV, fotógrafo en ejercicio y, en consecuencia, mozalvete venezolano que analiza un nuevo marco de relaciones con su país, la Escuela que le dio el ser y el gremio periodístico. Para acometer esta empresa echaré mano, como conviene, del método dialéctico-paranoico-intuitivo, de probada eficacia en estas lides.

LA ESCUELA, EL BARRIO, LA ESQUINA

La primera declaración de mi confidencia girará en torno a la Escuela de Comunicación Social y a la Universidad, instancias sobre las cuales abrigo peregrinas sospechas.

La Universidad se me presenta como un doble fiasco. Fiasco es la concepción desarrollista

del universo sobre la cual está echado el país. Modelo que fracasó, promesa de ingresar al "concierto de las grandes naciones". Y fiasco es el hecho de que, inserta dentro de ese orden de ideas, la Universidad no haya podido ni siquiera producir los profesionales que se necesitaron para consolidar el proyecto de lo que una vez llamaron "Gran Venezuela". Esta es, como alguien dijo por allí, la Universidad del coloniaje, institución incapaz de elaborar teoría sobre la propia realidad, comunidad reproductora de conocimiento y de pensa.

La historia de la Escuela de Comunicación es también la historia de esta fatalidad. La Escuela nace en 1947, coincidente con un cierto auge de los medios en el país. Comprometida con los valores de la democracia liberaloide medinista, de la cual fue y será siempre ideólogo Arturo Uslar Pietri. Eran los tiempos de la Escuela de Periodismo, que necesitó de los servicios de un profesor de la Universidad de Columbia para que "tirara la línea" sobre la moderna concepción del periodismo informativo.

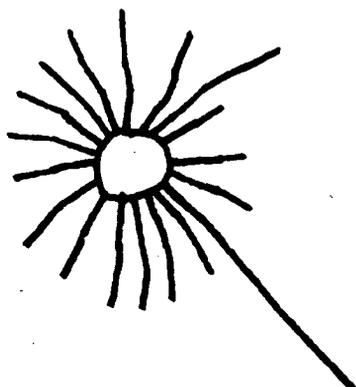
Llega la renovación, y la discusión anti-academicista se arriesga a asegurar que el periodista debe ser un profesional comprometido con el cambio social. Tiempo de periódicos murales y exóticos graffitis inspirados en experiencias ultramarinas.

La Escuela que a mí me tocó vivir (yo entré en el 81) es nieta de los presupuestos del Quinto Plan de la Nación y de la Revuelta Educativa de Luis Manuel Peñalver. Epoca de Pérez, en la que se empieza a hablar de tecnología educativa, educación a distancia. El gobierno-Estado compra el canal 8 y el 5, se crea el Ministerio de Información y Turismo, y se ordena la redacción del Proyecto Ratelve. Hay real en el país y, en consecuencia, se requiere de cuadros tecnológicos que edifiquen la "Gran Venezuela". Bajo este patrón es menester transformar la escuela liberal, y por supuesto la Escuela de Comunicación Social se anota en este lote.

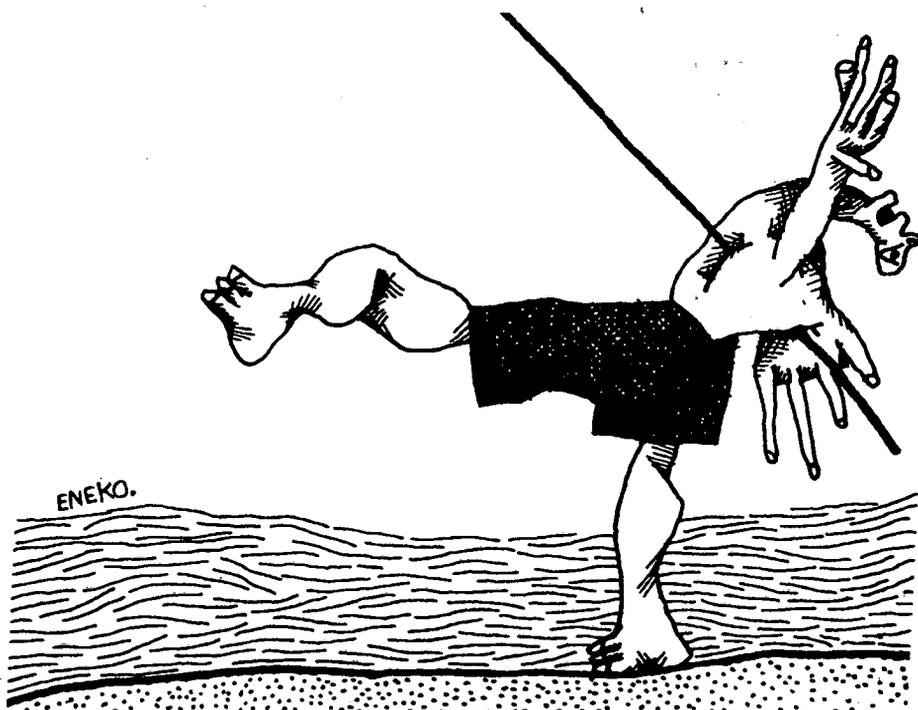
EL MACLUHOGREMIALISMO Y LA TRIBU GUTEMBERG

Deslumbrada por el desarrollo coyuntural de los medios —fundamentalmente audiovisuales— la institución se aboca a reformar el pensum. De allí saldría un programa rígido, dirigido a procurar la más pronta y epiléptica especialización del estudiante. Insurge la semestralización y se divide a la Escuela en menciones: audiovisual, periodismo impreso, publicidad y relaciones públicas. Se empieza a hablar también de Comunicología, un poco inspirados en las recomendaciones de la Conferencia de Costa Rica sobre políticas nacionales de comunicación y la necesidad de formar planificadores e investigadores en esta área. Precisamente en el marco de estas reformas el Macluhianismo entra por toda la puerta grande: búsqueda desesperada de eso que han llamado "Ciencias de la Comunicación" (expresión ésta que, a mi modesto entender, no va más allá de ser un invento tecnicista). Y en resumen, un espasmódico desenfreno por dotar al estudiante de Comunicación de un arsenal técnico que lo haga referente como estudioso de una pretendida nueva ciencia, con objeto de estudio, método y leyes propias. Visión positiva de la enseñanza, en este caso promovida por gente del campo supuestamente progresista, en el cual el conocimiento técnico es asumido como neutral.

Sin embargo, lo más grave de esta concepción macluhiana de la Escuela, es justamente pretender que aquello que nos compete estudiar es el medio, y no así el uso que de éste se hace, la estructura de poder en que está inserto, y fundamentalmente los mensajes que se publican. Al estudiante de Comunicación Social le corresponde entender el complejo funcionamiento del sistema comunicacional contemporáneo; debe ser ante todo un intelectual capaz de dibujar las coordenadas donde se establecerá un régimen de información democrático; y, para ello, se necesita de un instrumental de análisis que puede bien partir de lo sociológico, económico y polí-



tico lingüístico. No creo que, para reportero, tenga uno que estudiar en una Universidad pues las destrezas necesarias para desempeñarse con dignidad técnica como reportero se aprenden holgadamente en dos años.



Colateralmente, el macluhianismo que describimos se enlaza con el Gutemberianismo de izquierda que ha permanecido de espaldas a la expansión de los medios audiovisuales en el país y en el mundo, y por tanto, ignorante de la comprensión y significación de este fenómeno. Porque la Escuela de Comunicación, tal como está concebida, es y será siempre una Escuela Gutem-

beriana. Armand Mattelart, en el libro "La Televisión entre servicio público y negocio" (Edit. Gustavo Gili), habla precisamente de la incapacidad de la izquierda latinoamericana para entender y sacar provecho de los medios audiovisuales. Las palabras de este investigador traducen con fidelidad alarmante la situación que se vive en la Escuela. Jamás nos ha tocado como director alguien cercano o siquiera preocupado por los medios audiovisuales. Aún cuando la mención audiovisual —por razones que luego explicaremos— es la más numerosa (80% de los estudiantes) y posee menos del 15% del total de profesores de la Escuela. Esto, amén de las bochornosas instalaciones con que cuenta y las "caucagüísticas" condiciones de trabajo en materias como televisión, radio y cine.

La Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central es una escuela de periodismo impreso tecnicista. Y además, en el terreno estrictamente técnico es profundamente inexistente y ligera, pues quienes de allí salimos ni siquiera somos expertos en el lenguaje. Además, me consta que el estudiante medio de la carrera no encuentra placer en la escritura. Allí, salvo gloriosas excepciones, se enseña a escribir con ese estilo impersonal y empresarial, reproduciendo —Como dijera Roberto Hernández Montoya— la misma escritura sin líbido que se lee en los periódicos.

Para cerrar este aparte, denunciaré con paranoico deleite que pese al Gutemberianismo obstinado que gobierna la Escuela, ésta no cuenta —desde la muerte de PRUEBA hace dos años y medio— con un órgano periodístico regular. Esta barbaridad, tratándose de una Escuela de Comunicación Social, en la que de paso existe una mención de periodismo impreso, raya en el paroxismo. ¿Entenderán algún día que así como los médicos necesitan cadáveres y estetoscopios para aprender, uno necesita un periódico que se venda en la calle. Ni hablar de una emisora de radio o modesto estudio de televisión.

Incluso, cuando en una oportunidad se pretendió imprimir al moribundo LETRAS en la rotativa de la Universidad (la cual se creó para imprimir allí PRUEBA), se nos negó la posibilidad, argumentando que la ilustración de la contraportada era obscena.

No obstante, la Escuela de Comunicación Social de la UCV y en general cualquiera de las otras cuatro escuelas que existe en el país disfrutan de la posibilidad histórica de producir los mejores periódicos de Venezuela. No sólo porque se cuenta con facilidades de impresión, fotografa, etc., sino porque —y en esto reside lo más importante— allí estudian personas que tienen la oportunidad de acercarse a la realidad sin cortapisas empresariales, comerciales o partidistas. Permanecer de espaldas a esta potencialidad es irresponsable en lo académico y en lo político (si es que se puede hablar de irresponsabilidades en lo político).

LA ESCUELA DE LOS 80

Esta década señala el quiebre del modelo rentista-desarrollista que culminó en la deuda. A objeto del presente trabajo, y de acuerdo con las previsiones del método dialéctico-paranoico que nos alienta, citaremos algunas de las consecuencias que el fracaso de este modelo supone en relación con la Comunicación Social.

En los ochenta se extingue el proyecto de la pequeña y mediana industria. En el área comunicacional se acentúa la tendencia monopolista en formas de propiedad horizontales y verticales. Hoy en día, si a usted lo bota Granier del *Diario de Caracas*, se le cierra algo así como una décima parte del mercado de trabajo. Allí habrá que olvidarse del *Canal 2*, de *Caracas 750* y etc.

Además, los medios poseen hoy en Venezuela un poder de manipulación de la opinión pública que no tiene precedentes, me arriesgaría a decir en Latinoamérica. Al propio tiempo, el mer-

cado de trabajo está sobresaturado y los consorcios comunicacionales gozan de todas las ventajas legales para extender sus tentáculos, como veremos en el caso de la TV por cable y la Radio FM.

En tanto, el gobierno adeco entiende la necesidad de modernizar el Estado (privatizarlo y liberalizarlo) y, en lo que compete a la educación superior, se propone abandonar de una buena vez la tesis populista y abrazar el eficientismo. Esto, porque ahora no hay real y el sistema educativo improductivo y no rentable ya no se soporta.

Este imperativo atraviesa naturalmente a la Escuela. Como se ha dicho, está planteada una reforma educativa que contempla en lo específico una reforma a la Ley de Educación Superior. En tal sentido, el Rector Chirinos ya giró instrucciones con la designación de una Comisión de Reestructuración Académica, que tiene expresión en todas las facultades y por supuesto en las 42 escuelas de la Universidad.

La comisión de la Escuela de Comunicación Social se nombra en octubre de 1984, bajo la coordinación de la profesora Gloria Cuenca. Esta comisión debe presentar su informe final para mayo del 86. Pero veamos qué puede salir de allí.

De acuerdo con una copia del informe preliminar redactado por la Comisión de Revisión Curricular de la Escuela, y aunque todavía está abierta la discusión y es ánimo de la Comisión que las distintas posiciones se ventilen de la manera más democrática, presiento que se ha empezado por mal camino.

El informe no plantea en modo alguno una verdadera reformulación de la concepción del comunicador social que venimos discutiendo. Se esboza, "en un lenguaje ambiguo, las características de un profesional que media entre un tecnicismo aproximado y chucuto y una ligera formación intelectual. La Escuela se propone en consecuencia producir un profesional que cuente con una "amplia y eficaz fundamentación científica y humanística de su formación profesional, dado el carácter y la ubicación de la ciencia y la técnica de la comunicación social".

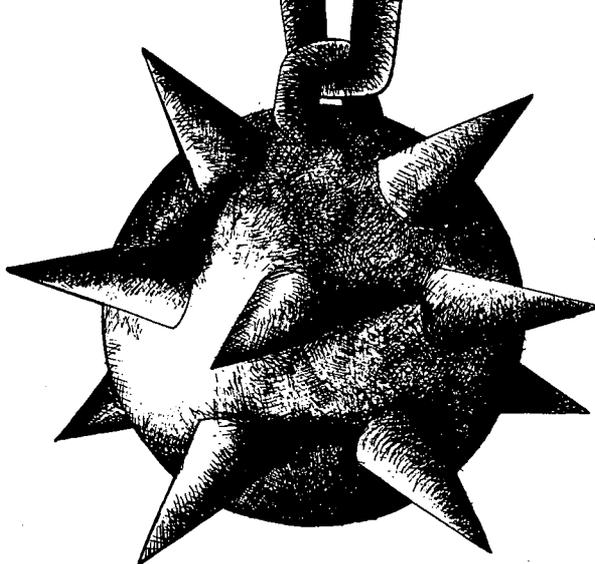
Por otro lado, se preserva el proyecto de Escuela productora de un profesional con mentalidad de empleado, que adquiere significado y presencia de Comunicador Social en tanto que funcionario de algún medio de difusión ¿Es que acaso no existen otras instancias? Además, ¿por qué tiene la Universidad que regalarle profesionales a las empresas? ¿Si usted agarra y se pone a hacer un periódico alternativo, no es entonces un comunicador social o padece en ese caso de una disfunción psicológica? Tales dudas me persiguen cuando sospecho que entre líneas se perfila dicha concepción de la profesión: "Son objetivos específicos de la Escuela —asegura el informe— la formación de un profesional . . . con las siguientes características:

a- Capacidad para desempeñarse como tal profesional, con un adecuado nivel de rendimiento en los diversos centros de trabajo correspondientes a su profesión.

Entonces pregunto. ¿Cuáles son esos centros de trabajo correspondientes a la profesión? Si por casualidad se trata de las empresas que todos conocemos, ¿dónde están esos puestos de trabajo? ¿Qué se considera un adecuado nivel de rendimiento? ¿Cómo es ese rendimiento cuando se habla de "los diversos centros de trabajo"?

Más adelante se llega al colmo de sostener que el comunicador social —en este caso el egresado de audiovisual— debe estar " . . . Provisto de un claro dominio del medio televisivo, cinematográfico y radial como para formular mensajes atractivos, adecuados y realísticamente aprovechables por la estructura comunicacional existente . . . (El subrayado es mío). De tal modo que, si hace un instante se abrigaba dudas sobre los criterios empresariales que se manejan, creo que con la cita que acabo de extraer no existe lugar a otra conjetura.

De resto está planteado realizar en la Escuela una cierta depuración de algunos mecanismos



administrativos: eliminación de varias cátedras, de preferencia pertenecientes a la mención audiovisual. Esto supone lógicamente "aplicar serrucho" a profesores y reducir el número de estudiantes con la aplicación de algún tipo de filtro. Menos profesores, menos estudiantes, ¿quien sabe si menos menciones? Es ahorro de dinero a la Universidad y por lo tanto al Estado.

LA BELLE EPOQUE DE COMUNICACION SOCIAL

Anualmente la CNU asigna a la Escuela un cupo de 150 estudiantes. Este año la CNU aumentó dicha matrícula a 180 y posteriormente la misma Escuela, por un proceso de selección interno, concedió un examen de admisión que aceptó otras 40 personas más. Ahora, para presentar el examen, la gente —además de pagar 50 bolívares— tenía que haber señalado a Comunicación Social como primera opción en su planilla de pre-inscripción. El examen frustró las esperanzas de 170 bachilleres venezolanos.

Esto demuestra que la demanda de la carrera es abusiva, a la vez que se observa una conformación diferente en la población estudiantil que ingresa, porque ahora quien se interesa por la "Comunicación Social" es estrictamente el bachiller de clase media, amén del sifrino snobista.



¿Qué explica esta situación? Allí opera una visión vedetista de la carrera. En la calle se maneja la idea de que el comunicador social es una especie de artista. Un personaje ligado a la modernidad, informado y actualizado. Además, quien ingresa ha sido testigo de excepción del crecimiento de los medios audiovisuales y sospecha que vincularse a estos lo arrancará del anonimato, porque el anonimato es una especie de muerte que nos confina a ser ignorados para toda la vida. Ahora, cuando salgo en una pantalla, de alguna manera llamo la atención sobre mi pertinencia, digo al mundo que existo y de paso que soy una persona de conducta intachable en la vida.

A todo esto se suma el agotamiento de la posibilidad de ascenso social por vía de las carreras tradicionales; y esa vieja concepción de que el —periodista ahora comunicADOR SOCIAL— es un intelectual medio. Por supuesto ya la gente sabe que se trata de una carrera fácil, pues fue imposible ocultarlo durante tiempo. De allí que la Escuela actúe en muchos casos como receptora de estudiantes fracasados en otras carreras, a riesgo de que su vocación no sea la “Comunicación” si no sencillamente obtener un título universitario.

Paralelamente, presiento que en lo académico se experimenta un retroceso. Existen sectores influyentes que traman de eliminar la mención audiovisual. Además, la Escuela no ha asumido con seriedad el problema del desempleo (uno de cada tres periodistas no tiene trabajo en Caracas) y, mientras tanto, se mira con recelo la discusión sobre comunicación alternativa y experiencias autogestionadas, que representan una salida al desempleo y un ejercicio de libertad de expresión.

Por otro lado, abochorna el regateo político que media en algunos concursos profesoriales y es indigno que a mentes capacitadas para la docencia y la investigación se les niegue el acceso a la Escuela por motivos de filiación partidista. Finalmente, llamo la atención sobre un punto especialmente delicado, sobre todo para quienes todavía no nos graduamos. Es curioso que muchos profesores de la Escuela aparezcan ganados por el siguiente esquema: vienen de una militancia partidista, son o han sido gremialistas (por lo menos tesorero), y de allí que su problema central no sea la discusión académica sobre los problemas de la comunicación, sino esa particular llave partido-gremialista.

No resulta casual que los mismos directores que ha venido teniendo la Escuela —coincidentes con el color político que manda en la Facultad de Humanidades— estén ligados a la acción partidista congresante. Esto en mi opinión los aleja de la Universidad y de la investigación. Lo cito con un síntoma al que debemos prestar atención, sin negar los méritos de algunos directores como gremialistas, periodistas o eventuales investigadores.

EL GREMIO Y OTRAS MISERIAS

El estudiante de Comunicación Social no toma conciencia del gremio, ni se preocupa por este problema hasta que se gradúa. En tanto que egresado, intuye con facilidad que su futuro media entre la venta de empanadas chilenas y la lejana posibilidad de alistarse en algún medio. Si la última de estas dos posibilidades tiene lugar, el egresado se inscribirá en el Colegio Nacional de Periodistas y en el Sindicato Nacional de Trabajadores de la Prensa. Hasta este momento ningún contacto se había establecido entre el antiguo estudiante y el gremio periodístico.

La comprobación de esta dinámica señala la inexistencia de vínculos entre estas dos instancias. En el caso de la Escuela, por ser una institución ajena al estudio y comprensión de la realidad específica del país. Y en el caso del gremio, por constituir un aparato burocrático que sólo encuentra sentido, toda vez que representa a un profesional que no se siente proletario y para

quien, su paso por la Escuela, significa la culminación de un esfuerzo personal que, le proporcionará la posibilidad de obtener dinero. Y con esto no quiero decir que uno no tenga derecho a resolver su problema económico, sino que el gremio termina reflejando la mentalidad y la formación de quienes en la Escuela se formaron, porque la Universidad, en términos sociales, va poco más allá de actuar como la instancia a la que acude la gente a resolver su problema económico.

Es más, me atrevería a adelantar que la principal aspiración de buen número de estudiantes consiste en ingresar en algún medio, así sea bajo el deshonroso status de pasante. Porque, qué es en la práctica un pasante: un estudiante explotado, genuflecto redactor que percibe humilde estipendio (2.500 Bs.). Empleaducho todero, expuesto a los más audaces cambios de fuente informativa. Funcionario conciliador, "chupa-media" que sueña con pasar a nómina y que una vez allí, eleva plegarias porque el gremio no lo advierta. En consecuencia, su firma no verá la luz del día hasta la fecha en que entregue su tesis de grado y se le confiera la libertad. A no ser que, gracias a las incontables horas extras acumuladas, el medio lo premie con un rótulo personal.

Ahora, volviendo al problema del gremio, huelga precisar que para uno que va saliendo de la Escuela es una verdadera bendición encontrarse con un grupo de opinión disidente como es "Cuartilla". Una gente que, si bien no se plantea armar la revolución venezolana desde los periódicos, cuenta con un elemento ético, lo suficientemente firme como para diferenciarlos. Se proponen al menos sanear al gremio y abrir la discusión sobre la representatividad del mismo. Pienso que, en la medida en que grupos como éste logren establecer formas alternas de organización en la base laboral, estarán asegurando su vigencia como movimiento.

Mientras tanto, soy de los que piensa que el gremio hay que extenderlo hacia un gran sindicato de trabajadores de la comunicación social, que ampare a todos los que de una u otra forma trabajan ligados a esta actividad. Incluso aquellos medios que podemos llamar alternativos. Y esto último significaría una importante ruptura con esa tradición gremialista-universitaria, que presiente que lo alternativo le quita un predio de acción al graduado.

Al llegar aquí, me parece oportuna una pequeña digresión para esbozar lo que estamos entendiendo por alternativo; porque esa es otra mala maña que existe; mucha gente esgrime la carta de lo alternativo, sin explicar qué interpretan por alternativo.

En algún sentido y por paradójico que parezca, buena parte de la reflexión sobre este asunto padece de los vicios de un extraño macluhianismo. Pues es una discusión que centra su interés en el problema del medio, es decir, lo fundamental es que el medio sea alternativo. Incluso, de aquí derivan una serie de percepciones equivocadas con respecto a lo alternativo, vinculándolo forzosamente a lo subterráneo, a lo feo, al periodiquito mal diagramado. En consecuencia, se pasa por alto que lo fundamental es desbloquear un sistema de pensar dominante. Aunque el ejemplo puede resultar grosero, sería alternativo un mensaje desbloqueador transmitido por el canal 4, que conlleve la posibilidad de ejercer contrainformación. Sin que esto signifique que, en la hipótesis aceptada de que esto ocurra, el canal 4 (Venevisión) sea un medio alternativo.

Es decir, no basta con tener un periodicucho para que sea alternativo, puesto que puede tratarse sencillamente de un pasquín cuyos contenidos en el fondo, no representan alternativa alguna a eso que hemos llamado pensar dominante.

Por otra lado, pareciera que algunos voceros de la propuesta alternativa padecieran de ese mal de izquierda que supone sentirse eternamente minoría, aparte de la necesidad de explicarse y encontrar sentido, en la medida en que exista algo o alguien a quien oponerse. En ese sentido pensamos que la comunicación alternativa deja de serlo para pasar a ser comunicación necesaria. Porque los medios, cualquiera que fueren deben actuar como verdaderos agentes de cam-

bio social, órganos eternamente experimentales, consagrados a la sociedad civil, instancias de discusión sobre la vida, punto de partida para la organización social y la toma de conciencia. Este es el único tipo de información que debe existir. Comunicación necesaria, "alternativa" en todo caso. Se trata de alterar, en profundidad, todo un sistema valorativo.

Todo esto, sin olvidar que un medio de comunicación es una unidad dialéctica en el cual interactúan forma y contenido. La búsqueda debe dirigirse a intentar que el mensaje definitivo, producto de esa interacción, produzca un goce estético y eduque sobre la belleza, porque el disfrute de la belleza es un derecho que tiene todo ser humano.

Este gran sindicato, de él hablábamos antes de derivar hacia lo alternativo, estaría dividido en sectores que atendieran la especificidad de cada medio, pero con la suficiente unidad clasista si se quiere, como para evitar esos pleitos necios como el suscitado ahora entre periodistas y locutores.

Y por supuesto, siempre luchando por una jornada más corta de trabajo; así todos tendremos más tiempo de estar en casa, leer y conspirar.



COMUNICAÇÃO & SOCIEDADE

Revista semestral de estudos de comunicação, editada pela Comissão de Pós-Graduação em Comunicação Social do Instituto Metodista de Ensino Superior. Publica trabalhos científicos voltados para a problemática da comunicação social.

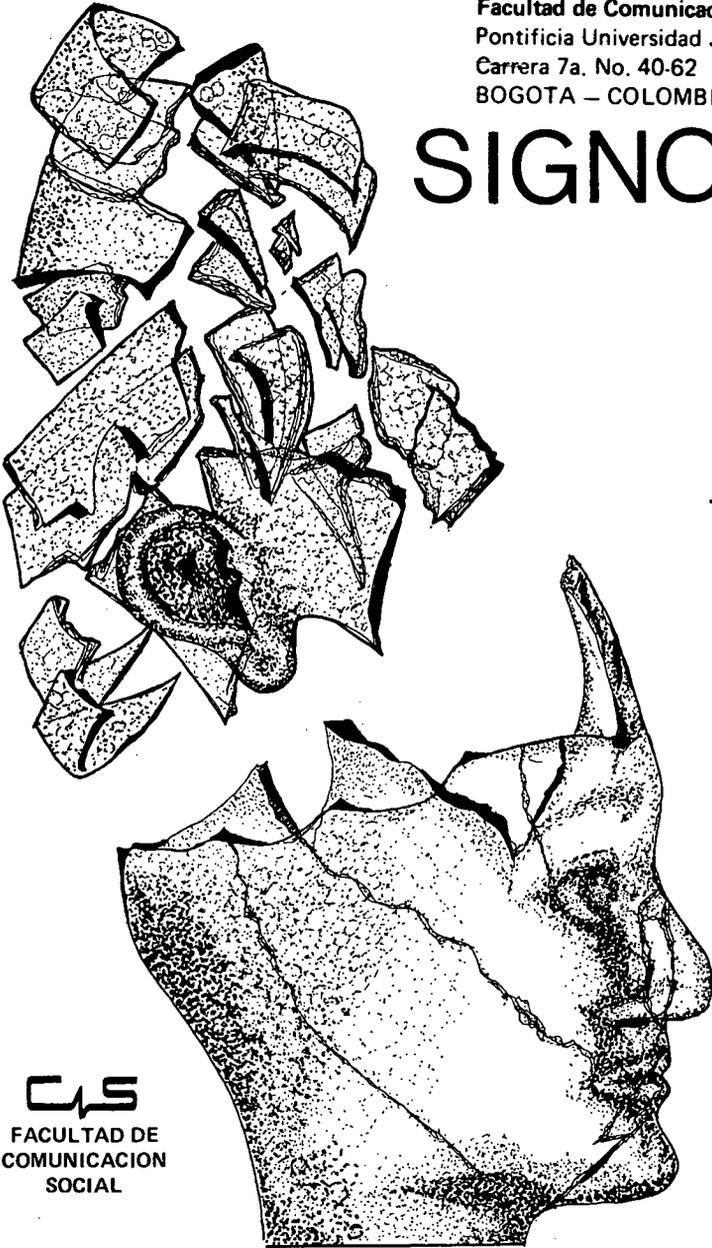
Pedidos:

Instituto Metodista de Ensino Superior
CAVE – Centro Audio-Visual Evangélico
Caixa Postal 5002
09720 – São Bernardo do Campo, – SP – Brasil

Imprensa Metodista
Av. Senador Vergueiro,
1301
09700 – São Bernardo do Campo – SP – Brasil

Facultad de Comunicación Social
Pontificia Universidad Javeriana
Carrera 7a. No. 40-62
BOGOTÁ – COLOMBIA

SIGNO Y PENSAMIENTO



CS
FACULTAD DE
COMUNICACION
SOCIAL

EL ESTADO Y LA COMUNICACION, ENTRE EL AZAR Y LA NECESIDAD

MARCELINO BISBAL

"Una política de comunicación-cultura que no incluya la práctica— y para comenzar, práctica en el acto de establecer la política— no puede considerarse como una política para los países en desarrollo"

(Paúlo Freire, 1978).

ANTECEDENTES DEL TODO NECESARIOS

Un año después de haber nacido nuestra Revista **COMUNICACION** (1976), el entonces Ministro de Estado para la Información el Dr. Guido Grooscors en su discurso de inauguración del **III Encuentro Nacional de Investigadores de la Comunicación** decía "que es necesario reconocer que en Venezuela no ha existido hasta ahora una política coherente de comunicación social. Desde hace muchos años diversos gobiernos, con mayor o menor acierto, han venido adoptando decisiones relativas a la materia que, en ningún caso pueden considerarse como **elementos racionales** (Sub. nuestro) para configurar una definición política. Sin embargo, a partir de 1974, cuando un nuevo equipo humano asume las responsabilidades del gobierno, **se comienza a delinear los elementos que hoy permiten afirmar que nuestro país avanza con paso firme hacia la adopción de una política nacional de comunicación social** (Sub. nuestro)". (1).

Estas palabras del Ministro de Estado para la Información venían precedidas de un conjunto de **acciones y declaraciones**, tanto a nivel nacional como internacional, que nos permitían guardar "cierto optimismo" en lo referente a la adopción de medidas políticas (**control social**) que empezarán por poner algún orden en el manejo de la comunicación masiva y en los predecibles y estudiados efectos que ella produce. Simplemente, recordemos (2):

- El 12 de marzo de 1974 Carlos Andrés Pérez dicta el Decreto No. 41 por el cual nombra Ministro de Estado para la Información al Dr. Guido Grooscors y él dará paso al Ministerio de Información y Turismo. Este ente de la Administración Central será "el organismo planificador y rector de las Políticas Nacionales de Comunicación";

- El 5 de abril de 1974 se encomienda al Ministro de Estado para la Información la tarea de organizar los servicios de la OCI-Oficina Central de Información y se le pide presentar un proyecto definitivo para la conformación del Sistema de Información del Estado venezolano;

- El 4 de junio de 1974 se formula el Decreto 141 a través del cual se estimula a los órganos informativos de provincia y establece normas para dar participación a esos medios en lo re-

lacionado al apoyo publicitario de los organismos gubernamentales. Igualmente, incluye la medida de otorgamiento de créditos para sufragar insumos industriales indispensables para el desarrollo de los medios de provincia. Este apoyo crediticio se canalizará por intermedio de Corporación de Televisión;

- El Edo. venezolano adquiere todos los activos de Corporación Venezolana de Televisión-CVTV— que pasó a ser el Canal 8 (Venezolana de Televisión-VTV— También, se interrumpe la programación del Canal 5 y retoma el hilo en marzo de 1976 como Segundo Programa de la C.A. Venezolana de Televisión;

- El 14 de noviembre de 1974 la Corporación de Turismo (dependiente del Ministerio de Fomento) da a conocer el Reglamento de la Industria Cinematográfica. Se trata de promover, con el apoyo del Estado, la Industria Cinematográfica Nacional;

- Por Decreto No. 559 (1974) se creó la Comisión Organizadora del llamado Sistema Nacional de Información que presentó su Informe Final en 1975 y que debió haber entrado en funciones en 1976, pero esto nunca se llevó a cabo;

- El 22 de octubre de 1974, a través del Decreto No. 491, la Presidencia de la República nombró una Comisión preparatoria del Consejo Nacional de la Cultura (CONAC). Uno de los trabajos realizados por esta Comisión fue el llamado "Diseño para una nueva política de radiodifusión del Estado venezolano" (Proyecto RATELVE) que se realizó entre noviembre de 1974 y mayo de 1975. El Proyecto sufrió la influencia de una campaña de opinión pública generada por los sectores interesados. Los ataques fueron dirigidos contra el Art. 4 de la Ley del CONAC. Así, el Proyecto se "engavetó" y sólo ha habido una utilización parcelada de algunos de los planteamientos allí contenidos;

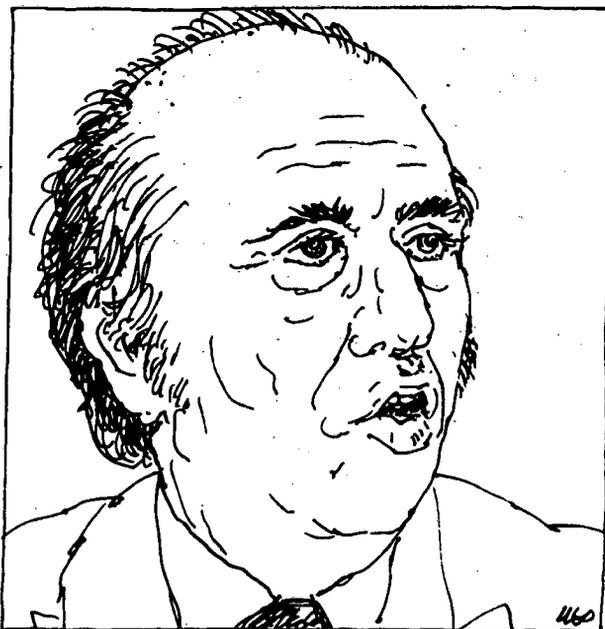
- El 12 de marzo de 1975 el Presidente anuncia, ante el Congreso Nacional, la posibilidad de efectivizar la operación del impuesto sobre la renta a los ingresos por concepto de publicidad. La reacción de los afectados (ANDA y FEVAP) (la fundamentalmente) fue inmediata y de tal magnitud, que se logró paralizar el Proyecto;

- El 27 de junio de 1975 se dicta el Reglamento de la Ley de Ejercicio del Periodismo vigente desde 1972. No fue obra del gobierno, pero es importante señalarlo por llevarse a cabo durante este período;

- El 19 de agosto de 1975 se dicta el Decreto No. 1.078 que deroga al No. 41 y que amplía las funciones y atribuciones de la OCl. Se empieza a transmitir al exterior a través de las agencias noticiosas, se establece una red de telex en las principales capitales de Estado y suministra el servicio informativo a la emisora o periódico que lo solicite. Se constituye, de esta forma, una pequeña agencia oficial de noticias: OCIVEN, que dará paso a lo que hoy conocemos como VENPRES.

- En enero de 1976 sale a la luz pública un Anteproyecto de Ley de Publicidad, pero la reacción de la Industria Cultural venezolana fue tan grande que se dio marcha atrás pero no sólo éso, sino que la empresa privada de medios de difusión aprovechó la debilidad del gobierno y exigió la instalación de la Comisión Nacional de la Publicidad destinada a asesorar y redactar las leyes pertinentes en la materia;

- El 11 de marzo de 1976 apareció el Decreto No. 1.454. El Ejecutivo establece que lo previsto en el V Plan de la Nación es de obligatorio cumplimiento para el Sector Oficial. La importancia institucional, política y profesional de esta decisión proyectaba una serie de obligaciones a las diversas instituciones del Estado a fin de asegurar que las comunicaciones sociales del sector público entraran a mediano plazo en franco proceso de desarrollo y modernización. Se dijo que el V Plan de la Nación, con la inclusión del sector de las comunicaciones, era una de las con-



quistas más valiosas en el campo de la comunicación/información;

- Entre el 12 y el 21 de julio Venezuela participa en la I Conferencia Intergubernamental sobre Políticas de Comunicación para América Latina y el Caribe. Nuestro país tuvo una actuación de primer orden;

- Del 16 de octubre al 30 de noviembre Venezuela asiste a la XIX Asamblea de la UNESCO en Nairobi. La posición venezolana no estuvo a la altura de lo planteado en San José de Costa Rica;

- El 28 de diciembre de 1976 se sanciona la Ley Orgánica de la Administración Central, publicada en la Gaceta Oficial No. 1.932 (Extraordinaria). Allí se crea el Ministerio de Información y Turismo;

- A finales de 1976 se inicia la modernización de la infraestructura técnica de la Radio Nacional de Venezuela y la Televisora Nacional. Se empieza a ampliar la cobertura de Canal 8 a casi todo el Territorio Nacional. Se habla desde ese momento de la "Voz de Venezuela" (Radio Nacional);

- A comienzos de 1977 inicia sus funciones el MIT-Ministerio de Información y Turismo. Se termina de engavetar el Proyecto de creación del Consejo Nacional de Comunicación que había preparado el Ministro de Estado para la Información (OCI);

- Resolución del Ministerio de Transporte y Telecomunicaciones que intentaba obligar a las plantas de televisión a transmitir "telenovelas culturales" en el horario comprendido de 7 a 9 pm. Esta medida entró en vigor el 1-03-1977;

- Se formula el Decreto No. 2.089 (1977) que contempla el Reglamento Orgánico del Ministerio de Información y Turismo,

- Luego de diversas declaraciones de Prensa y de presiones por parte del Colegio Nacional de Periodistas y de la Asociación Venezolana de Investigadores de la Comunicación (AVIC), se

anuncia para 1978 la creación del Consejo Nacional de la Comunicación. Esta nunca se llevó a efecto;

- En enero de 1978 se anuncia que pronto entrarán en funcionamiento los nuevos transmisores de Radio Nacional;
- A un mes de concluir el período constitucional de Carlos Andrés Pérez se aprueba la puesta en marcha de ASIN (Acción de Sistemas Informativos Nacionales) con la participación de Venezuela y nueve países del continente y el área del Caribe. Se trataba, tal como se hizo, de organizar una Agencia Oficial Latinoamericana de Noticias.

Aunque la mayoría de estas acciones fueron abortadas, por unas causas u otras, en el ambiente de esa década —a nivel regional fundamentalmente— existía también un aire de optimismo parecido al que se vivía en Venezuela. La UNESCO llegó a bautizar al decenio como “la década de la comunicación”, ya que se empezaba a vislumbrar un replanteamiento de los problemas relativos al desarrollo de los modernos medios de comunicación y al papel que ellos pueden jugar en la sociedad actual y futura. Baste recordar todo el conjunto de iniciativas latinoamericanas, ambiciosas la mayoría de ellas, que intentaban desarrollar, aunque fuera incipiente, políticas nacionales de comunicación (3):

- **El Convenio Andino “Andrés Bello” (1970).** Cuya idea fundamental fue el fomentar un conjunto de medidas, dentro de las disposiciones legales, para neutralizar la acción negativa de ciertos contenidos de mensajes de los grandes medios;
- **La Reunión de Cali: “Declaración de Cali” (1974).** Una propuesta al Pacto Andino para el establecimiento de un Consejo de Comunicación Social y otras medidas que entran dentro del establecimiento de Políticas Regionales de Comunicación;
- **La Segunda Consulta a Expertos; Bogotá (1974).** La primera consulta se efectuó en París (1972). Allí se habló de la necesidad de instaurar Políticas Nacionales de Comunicación. En Bogotá se trató el mismo tema, pero aplicado a la Región;
- **La Reunión de Costa Rica organizada por la CIESPAL (1975).** La idea que privó en esta Reunión fue la de dirigir la acción del Estado latinoamericano hacia el logro de un reajuste de las funciones de los medios de comunicación masiva para que se acomoden a los objetivos de un desarrollo integral;
- **Reunión de Expertos sobre Promoción e Intercambio de Noticias (Ecuador, 1975).** Reiterar la necesidad de crear Agencias Nacionales de Noticias y recomendar la fusión de todas estas Agencias Nacionales en una gran Agencia Noticiosa Latinoamericana y del Caribe. Igualmente, sugerir a los distintos Estados de la Región que instituyan Políticas Nacionales de Comunicación;
- **Reunión de San José de Costa Rica-UNESCO- (1976).** Todas las recomendaciones de San José de Costa Rica nos dan un indicio de que el debate sobre Políticas Nacionales de Comunicación, libertad de información y de expresión se introdujo de lleno en el contexto del debate político latinoamericano y mundial.

La propia UNESCO (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura organismo de carácter supranacional), dentro de la década de los años setenta, tomará también iniciativas importantes para definir e intentar recomendar el estudio, desarrollo y aplicación de un conjunto integrado, explícito, coherente, global, flexible y representativo de normas de control social a las que se empezará a llamar POLITICAS NACIONALES DE COMUNICACION para el desarrollo (4):

- **En 1970, en París, la 16a. Conferencia General decide en su Resolución C.21: “Se autoriza al Director General a ayudar a los Estados Miembros a formular sus políticas relativas a los**

grandes medios de información, teniendo en cuenta la experiencia acumulada en el establecimiento de políticas culturales”;

- En 1972, también en París, la 17a. Conferencia General decide: se autoriza al Director General a fomentar el desarrollo de las investigaciones en materia de comunicación, sobre todo en su aplicación a la formulación de políticas de comunicación y a la elaboración de las estrategias y los planes de comunicación al servicio del desarrollo”;

- En 1974, nuevamente en París, la 18a. Conferencia General indica: “Con objeto de facilitar la comunicación entre los pueblos y las naciones y de adquirir un conocimiento más exacto del papel que desempeñan los medios y los procesos de comunicación en la aplicación de las políticas y los planes de desarrollo nacional, se autoriza al Director General (. . .) a organizar en 1975 una Conferencia Intergubernamental sobre políticas de comunicación en América Latina y hacer Los preparativos pertinentes para celebrar en Asia, en 1977, una conferencia intergubernamental análoga”;

- De acuerdo al mandato anterior, aunque con un año de diferencia con la fecha originalmente prevista, se realiza en 1976, en San José, Costa Rica, la I Reunión Intergubernamental sobre Políticas de Comunicación de América Latina y el Caribe. En esta Reunión se hace más nítida entonces la vinculación, que todo este proceso había ido revelando, entre el Nuevo Orden Económico Internacional y su correlato en el campo de la comunicación/información. Esta Reunión significó también la exteriorización de un conflicto de intereses y, consecuentemente, de un nuevo campo de controversia Norte-Sur, esta vez en una materia que empezaba a revelar toda la dimensión de su importancia en los planos político, social, económico y cultural;

- La Conferencia General de la UNESCO en Nairobi, también en el año de 1976, refleja el mismo fenómeno de confrontación;

- En la 20a Conferencia General, realizada en París en 1978. Presentación del llamado Informe Provisional de la Comisión Mac. Bride, se firma la Declaración sobre el Uso de los Medios Masivos y se admite la existencia de desequilibrios y la consiguiente necesidad de un nuevo orden en materia de información y comunicación. Se aprueba también el que la UNESCO organice una Conferencia Intergubernamental encargada de definir un Mecanismo Institucional de Consulta Sistemática sobre las Actividades, las Necesidades y los Programas Relativos al Desarrollo de las Comunicaciones.

Vemos como la UNESCO incentivará la idea de la aplicación de PNC-Políticas Nacionales de Comunicación— entre todos sus Estados miembros. Si la preocupación de la Organización de las Naciones Unidas en la década de los años cincuenta y sesenta había sido la ciencia, la educación y la cultura, a partir del nuevo decenio entrará en un tema de inmediatas reacciones: la Comunicación Social.

Al respecto el Director General de la UNESCO llega a decir en su Introducción al Proyecto de Programa y de Presupuesto de la UNESCO para 1973-1974 lo siguiente: “La principal idea nueva que caracteriza el programa de la información es la de una política nacional de comunicación cuya concepción original y sus importantes consecuencias se exponen con claridad en la introducción al capítulo. La inclusión de ese idea en el Sector termina el movimiento que, comenzando con el planteamiento de la educación hace doce años, ha orientado progresivamente las diferentes partes del programa hacia la promoción de una sistematización de los esfuerzos nacionales en las esferas de competencia de la UNESCO en función de fines determinados, es decir de una política que forma parte integrante de una planificación sintética del desarrollo total (...)” (5).

DOS ELEMENTOS REFERENCIALES PARA VENEZUELA

De todos los antecedentes anteriores importantes para conocer el proceso que en nuestra Región en general y en Venezuela en particular ha sufrido el tema de las PNC, es imprescindible detenernos en dos de ellos: la Conferencia de San José de Costa Rica (julio de 1976) y el V Plan de la Nación (11 de marzo de 1976) que incluía por vez primera el sector de la Comunicación Social. Ambos elementos referenciales parten de la premisa de que la misión específica del Estado es legislar, ejecutar y sancionar lo legislado en orden a hacer posible la convivencia social según criterios de justicia.

1-Declaración de San José de Costa Rica. I Conferencia intergubernamental sobre Políticas Nacionales de Comunicación para América Latina y el Caribe. 12-21 de julio de 1976
(6). En esta Conferencia, la primera en su género que se lleva a cabo en el mundo, nadie pudo socavar la solidez de la posición venezolana en relación a los problemas allí considerados. Antes de partir para Costa Rica la delegación venezolana y el gobierno de la República fijaba su posición por medio del Ministro de Estado para la Información, Dr. Guido Grooscors, quien desarrolló, en declaraciones hechas ante los periodistas en Miraflores (08-07-1976), la doctrina venezolana en materia de políticas nacionales de comunicación, ratificadas en el mensaje que el Presidente, señor Carlos Andrés Pérez, dirigió al Canciller de Costa Rica, en su calidad de Presidente de la Conferencia.

A grandes trazos, estas son las ideas o principios fundamentales de la misma:

a) Firme identificación con la libertad de expresión del pensamiento y el derecho a la información, que caracterizan a la sociedad democrática.

b) Como nación democrática, Venezuela aspira a que la información pública, la Comunicación Social, éste es, el derecho que tiene todo ciudadano a estar informado, sea plenamente garantizado.

c) Hay un proceso de cambio en el mundo, que marcha hacia un nuevo ordenamiento en las relaciones humanas e internacionales. América Latina y el Caribe están dentro de ese proceso, que se manifiesta marcadamente en el orden económico y en la integración de las unidades nacionales dentro de esquemas más amplios. Los procesos de Comunicación Social, de información pública, no pueden quedar relegados y desincorporados de esta realidad.

d) De allí surge el debate que tiene un Gobierno de garantizar la información a los medios de comunicación, como única vía para que la ciudadanía tenga acceso a las decisiones que las afectan.

e) Hay una responsabilidad social implícita en la acción de todo medio de comunicación.

f) Todo país tiene el derecho de definir soberanamente su propia acción en materia de comunicación social, en consecuencia con su sistema político, sus condiciones económicas, su grado de desarrollo y, sus específicas necesidades nacionales. Esto conlleva una pluralidad de soluciones en materia de políticas de comunicación.

Como consecuencia lógica de tales postulados, derivan estas otras proposiciones y que configuraron el marco para las propuestas venezolanas:

1-La importancia de tener políticas definidas en materia de comunicación social, encuadradas dentro de un marco de planificación nacional tendiente al desarrollo integral de los pueblos.

2-Que sus orientaciones sirvan como factores positivos en el proceso de integración regional y de identificación y solidaridad entre los pueblos.

3-El derecho de los países excluidos de los sistemas y estructuras internacionales de información pública al acceso y participación en los mismos, a fin de lograr un equilibrio informativo a

nivel regional y mundial.

Venezuela asumió allí, tal como dijimos anteriormente, un rol protagónico y no exageramos al decir que salvó del fracaso a la Conferencia, orientando sus debates en sentido altamente constructivo. Presentó a la vez tres ponencias propuestas, que fueron aprobadas:

1) Papel de la Comunicación en los procesos de integración de América Latina.

2) Necesidad de tener Políticas Nacionales de Comunicación y de usar la planificación en la Comunicación Social.

3) El derecho al acceso y participación de América Latina y El Caribe en los procesos de Comunicación Social.

Entre las recomendaciones aprobadas en esa oportunidad (3 en total) figuran una sobre la creación de una Agencia Latinoamericana y Caribeña de Noticias, sobre la base de una proposición presentada por Venezuela conjuntamente con otras delegaciones.

Las organizaciones empresariales de medios de difusión de carácter interamericano (¿?) —SIP y AIR— así como las de origen nacional fijaron su posición atacando duramente la actitud venezolana y a la propia Conferencia. Las ideas de controversia, frente al conjunto de treinta recomendaciones, pueden sintetizarse en los siguientes puntos claves (7);

—“Los medios masivos no ofrecen un “servicio público”, sino realizan “actividades privadas de interés público;

—“Al Estado sólo incumbe proveer ciertas infraestructuras legales y técnicas para que el sector privado pueda funcionar mejor;



TANCHE

—“La introducción de políticas de comunicación conllevaría la coacción de la “libertad de expresión” y “libertad de prensa”;

—“El concepto de políticas de comunicación es una ahijado de regímenes totalitarios que sirve para introducir bajo el disfraz de un mandato educativo y cultural formas “estatizantes” y “socializantes”.

—“Tales políticas impedirían a los medios privados cumplir con su rol de vigilante crítico e independiente del todopoderoso Estado”.

En el mundo político venezolano el principal partido de la oposición —COPEI— atacó agradamente a la Conferencia de Costa Rica y, fundamentalmente, a la postura de Venezuela en la Conferencia. Es bueno recordar algunas de esas reacciones de la democracia cristiana:

• “ (. . .) Venezuela va a la reunión de información de la UNESCO como carnero a fiesta de tigre (. . .) me preocupan mucho las reiteradas declaraciones del Presidente de la República en el sentido de que hay que regular y controlar las informaciones. A esto se agregan las declaraciones del Ministro de Información, Guido Grooscors, quien ha dicho que Venezuela no concurrirá a Costa Rica si supiera que allí se va a atentar contra la libre información (. . .)” (Diputado Armas Camero, *El Nacional* del 13-07-1976).

“Considero grave (. . .) la insistencia del Presidente Pérez en que es necesario establecer regulaciones para garantizar que los medios de comunicación informen la verdad”. (Pedro Pablo Aguilar, *El Nacional* del 15-07-1976).

• “Es inconcebible (. . .) que justamente en el momento en que sólo quedan en América del Sur dos gobiernos democráticos, el Presidente Pérez sostenga una tesis que viene a facilitarle los abusos contra la libertad de expresión de los gobiernos dictatoriales que requieran en el Continente”. (Carlos Rodríguez Ganteaume, *Ultimas Noticias* del 15-07-1976).

• “El gobierno aprovecha la confusión existente en la Conferencia de la UNESCO en Costa Rica para aparentar que está defendiendo la libertad de información contra las agencias noticiosas internacionales y para presumir de respetuoso de los derechos de los editores y periodistas, cuando en realidad no está pensando en otra cosa que en un rígido control montado en la cima del poder y en los flancos de su partido prepotente” (Alfredo Tarre Murzi-SANIN; *El Nacional* del 16-07-1976).

• “El telegrama que envió el Presidente Pérez a la reunión de la UNESCO (. . .) es una declaración bastante formal de que el gobierno venezolano tiene la intención de colaborar con cualquier medida que tenga por objeto el control de la información en el país (. . .) la política del gobierno en esta materia es muy preocupante, porque si bien rechaza todo monopolio no hace ningún cuestionamiento al monopolio que se ejerce por parte del Estado, muy especialmente el canal 8 de TV (. . .)” (Juan José Rachadell, *Ultimas Noticias* del 19-07-1976).

• “Las recomendaciones de Costa Rica pueden ser utilizadas por el gobierno para aplicar severas restricciones a las libertades públicas (. . .) ¿cómo podemos mostrarnos indiferentes ante la posición del gobierno en Costa Rica, cuando aquí los medios que el gobierno controla están al servicio del partido gobernante?”. (Pedro Pablo Aguilar, *El Universal* del 19-07-1976).

Hasta La propia SIP, en uno de sus documentos de la época, llegó a decir textualmente: “La decidida posición pre-UNESCO del gobierno venezolano ha causado una ancha grieta en la opinión pública venezolana. Las asociaciones de prensa, radio y televisión, así como **personeros del partido COPEI** (Sub. nuestro), han criticado la política del gobierno. Pero ha sido apoyada, en gran medida, por agrupaciones de tendencia marxista” (8).

Sin embargo, la Declaración de San José de Costa Rica no trataba de nada de lo que apuntaron los ataques de la SIP y la AIR, tampoco de lo que dijeron (en el fondo era lo mismo que ha-

bían dicho la SIP y AIR) las distintas organizaciones empresariales de medios de comunicación del país y mucho menos de lo que afirmaron personeros del mundo político venezolano y especialmente el partido Copei. La reunión de Costa Rica aprobó todo un conjunto de "recomendaciones" que pueden englobarse bajo estas tres categorías principistas:

1-La primera constatación que se deriva del conjunto de 30 recomendaciones fue LA CONCIENCIA CRECIENTE DEL DESEQUILIBRIO TECNOLÓGICO-INFORMATIVO DE AMÉRICA LATINA;

2-En segundo lugar se advirtió, y éste era el objeto fundamental de la Conferencia, UNA VOLUNTAD DECIDIDA POR PLANIFICAR Y COORDINAR RECURSOS:

3- En tercer lugar destacaron UN CONJUNTO DE PROPUESTAS DE CARÁCTER PRÁCTICO TENDIENTES A OPERATIVIZAR EN COLABORACIÓN CON LA UNESCO LAS ORIENTACIONES APROBADAS. En particular merece mencionarse la "Creación de Consejos Nacionales de Comunicación" y "la creación de una Agencia Latinoamericana y Caribeña de noticias".

Y más en específico, sobre el tema de las Políticas Nacionales de Comunicación (PNC) el Documento de San José de Costa Rica precisó lo siguiente (9):

1-"Frente a las tareas del desarrollo para la América Latina y los países del Tercer Mundo, le incumbe al Estado estructurar y desarrollar los procesos de comunicación, de manera óptima, al igual que la educación y la cultura.

2-"Con las políticas de comunicación no se pretende, de ninguna manera eliminar o subvertir el sector privado de la comunicación.

3-"No se busca limitar las libertades básicas de expresión y de prensa, sino al contrario, asegurar flujos equilibrados de información y procesos de comunicación acordes con las necesidades nacionales.

4-"El propósito no es estatizar medios privados, sino a lo máximo completar los sistemas de comunicación con medios públicos, al servicio de fines educativos y culturales.

5-"El propósito es lograr una mancomunada acción del sector público y privado, para vertebrar modernas estructuras de información y comunicación y optimizar el aporte de la comunicación al cambio.

6-"No es la socialización sino la **democratización** de los sistemas y procesos de comunicación y su racional uso que se pretende lograr".

Después de Costa Rica, y en el mismo momento de Costa Rica, el optimismo era creciente. Recordemos las declaraciones y apoyos del CNP, los artículos de prensa de diversos investigadores del país, y las palabras del sector académico indicando todas ellas que el "clima" del país era propicio "para finalizar el monólogo e iniciar el diálogo". En palabras de Luis Anibal Gómez, un diálogo que debe abarcar varias dimensiones: 1) Diálogo externo entre las naciones para el establecimiento de políticas nacionales de comunicación con una vocación regional tercermundista y 2) Diálogo interno en cada nación a través de la concertación planificada de esfuerzos públicos y privados, gremiales y académicos, para la fijación de las diversas políticas nacionales de comunicación. (10).

Pero después de casi diez años de Costa Rica, el balance no es nada prometedor. El investigador brasileño Luis González Motta desde el mismo momento de la Declaración de San José de Costa Rica (11) hasta hoy día (12) nos ofrece tres hipótesis fácilmente comprobables frente a la realidad política de nuestros países. Las hipótesis se refieren a cómo los gobiernos participantes en Costa Rica han venido neutralizando y haciendo caso omiso de las recomendaciones allí planteadas:

Hipótesis 1- Las propuestas relativamente progresistas de la reunión de Costa Rica, a pesar de haber sido aprobadas por los gobiernos de todos los Estados presentes (con la única excepción de Argentina), no pasaron de ser un ejercicio de retórica de las burocracias latinoamericanas;

Hipótesis 2- A pesar de que los gobiernos aprobaron las recomendaciones de Costa Rica, la regla general de América Latina continúa siendo la intervención sectorial y circunstancial en el sector de la comunicación social, siempre y cuando esta intervención responda a los intereses inmediatos, independientemente de lo que fue aprobado en la Reunión Intergubernamental;

Hipótesis 3- Es en los regímenes autoritarios, con gobiernos fuertes capaces de ejecutar una planificación centralizada nacional— y en los regímenes liberales que dependen de las concesiones políticas— que las políticas de comunicación han logrado éxito.

Sin embargo, Luis Ramírez Beltrán sigue siendo optimista frente a las recomendaciones de San José de Costa Rica al decirnos que no “debemos renunciar jamás a la utopía” (13).

2- V Plan de la Nación, Gaceta Oficial de la República de Venezuela: año CIII, mes VI, jueves 11 de marzo de 1976, No. 1.860-extraordinario-Sector de la Comunicación Social.- (14). Como vimos, la presencia de Venezuela en la Conferencia de San José de Costa Rica venía precedida por la formulación del llamado V Plan de la Nación. En este nuevo Plan se incluía por primera vez el sector de la Comunicación Social. En el V Plan de la Nación se define a la comunicación social como un factor que permite establecer relaciones entre el Estado, las fuerzas productivas y la base social para lograr una auténtica participación. El “nuevo” Plan asignaba las siguientes prioridades en el sector de la Comunicación Social para el quinquenio 1974-1979;

1—Definir el sistema nacional de comunicación social;

2—Implementar una auténtica participación de la colectividad dentro del proceso de la comunicación social del país;

3- El establecimiento de programas de formación, adiestramiento y capacitación de los recursos humanos en la materia;

4- El desarrollo de programas especiales en defensa y seguridad nacional, incorporación de áreas fronterizas, de poblaciones indígenas, integración regional a nivel latinoamericano e integración internacional; y

5- El desarrollo de investigaciones para la incorporación de tecnología al sistema nacional de comunicación social del país.

Si bien es cierto, como todo el mundo lo reconoció en aquel entonces y aún ahora, que nunca en los anteriores planes del Estado la Comunicación Social había sido considerada como un sector del desarrollo del país posible y factible de planificar y que a la información (no se indicaba cuál información) no se le definían objetivos, no se le asignaban recursos, ni se le fijaban programas a mediano y largo plazo; nada de lo allí pautado se cumplió. Esto, sin entrar a reflexionar analíticamente sobre el propio contenido del V Plan de la Nación en el sector de la Comunicación Social (15). Todo quedaba en las “buenas intenciones” de los planificadores y de los investigadores que intervinieron (los menos) en su formulación. ¡Cómo para creer en el cumplimiento de las propuestas venezolanas en San José de Costa Rica! Y aunque algunos de los lineamientos de acción del Plan de la Nación se hubiesen cumplido, todo hubiese sido válido para el sector oficial o público de la comunicación. El propio Presidente Pérez con la formulación del Decreto No. 1.454 del 9 de marzo de 1976 se “burlaba” de la finalidad de una verdadera Política Nacional de Comunicación. Este Decreto indica en su Artículo 3 que “las estrategias, políti-

cas, programas y metas establecidas en el V Plan de la Nación, serán de obligatorio cumplimiento por parte de los organismos de la Administración Pública Nacional, los Institutos Autónomos y demás estructuras de la Administración Descentralizada, así como por las empresas en las cuales el Estado u otros entes públicos tengan poder decisorio o una participación no menor del cincuenta por ciento (50%) del capital social”.

Cuando nos referimos a una verdadera Política Nacional de Comunicación estamos indicando que ella debe actuar como elemento de control social y en Venezuela, como en el resto de los países de la Región, a quien verdaderamente se debe controlar para beneficio de la sociedad en su totalidad es al sector privado de la comunicación. Hay que controlarlo (control social, no gubernamental) por varias razones: monopolio de medios de difusión, tipo de contenidos y efectos que producen esos contenidos . . . (16).

Como para que no queden dudas, una definición de Política Nacional de Comunicación podría ser: “Un conjunto de ideas o proposiciones respecto al comportamiento de los sistemas de comunicación en función de necesidades sociales, que se expresan a través de principios o normas de carácter obligatorio, y que reflejan el criterio del Estado sobre el fenómeno comunicacional. Tales normas pueden ser protectoras, reguladoras o prohibitivas de acuerdo a su contenido ideológico, y tienden a obstaculizar o impedir cualquier otro comportamiento opuesto a la ideología informante dentro de un esquema determinado de desarrollo económico-social” (17). En tal sentido, señala el mismo Luis Anibal Gómez, toda política de comunicación debe partir de los siguientes supuestos o principios:

1- Debe abarcar todos los medios y no uno, y englobar tanto al sector público como al privado;

2- Debe atender a todos los efectos que producen esos medios entre sus usuarios con el objeto de poder reemplazar progresivamente las normas como medidas sistemáticas dentro de un grado controlable de riesgo y éxito;

3- Debe tener en cuenta la forma en que el público utiliza los medios para trazar otras políticas prospectivas en cuanto a su utilización complementaria o yuxtapuesta, su distribución del tiempo y el uso que hace de la información aceptada;

4- Debe ser acorde con los fines perseguidos por el sector público de cada país, convirtiendo a los medios en instrumentos de un desarrollo planificado.

¿Y entonces? ¡No hay más que hablar!

... PERO SEGUIMOS HABLANDO

Durante la gestión de Carlos Andrés Pérez se dió una etapa inicial de rebosante optimismo. Optimismo que poco a poco fue decreciendo, hasta llegar al pesimismo total. Muy pocos eran ya los que creían que se iban a desarrollar verdaderas Políticas Nacionales de Comunicación, al menos que afectasen a intereses particulares. Ya casi nadie hablando del tema. Pasaba al olvido. Pero como para que no nos olvidemos, pues se trata de hacer un balance “entre el azar y la necesidad”, repasemos a través de un pequeño cuadro los elementos coincidentes de decisión política en materia de comunicación social del gobierno que ya culminaba y que daba paso a otro, que volvería a referir el capítulo de las Políticas Nacionales de Comunicación.

El tema de las PNC, tal como hemos venido señalando, fue el tópico de moda en los primeros tres años del gobierno de CAP. Cuatro elementos incidían para que eso hubiera sido así: Proyecto RATELVE (antecedente inicial y fracaso estruendoso), V Plan de la Nación (todo quedó en el olvido y en la nada), Conferencia de San José de Costa Rica, y Ley Orgánica de la

Administración Central.

El cuadro siguiente nos muestra las coincidencias, a nivel de simple formulación, de los aspectos de decisión política que conformaban el conjunto de políticas de comunicación que se "hubiesen querido adoptar" durante esa gestión y que servían de antecedentes para el nuevo gobierno, aunque en su oportunidad los representantes de la democracia cristiana los hubiesen "negado".

V PLAN DE LA NACIÓN	CONFERENCIA INTERGUBERNAMENTAL	PROYECTO RATELVE	LEY ORGANICA DE LA ADMINISTRACION CENTRAL
-Inclusión del sector comunicación dentro de la política general de planificación para el desarrollo.	-Incluir el sector comunicación social y la información en la planificación del desarrollo económico y social.	-La Radiodifusión como servicio público.	-Establecimiento, dirección, coordinación y ejecución de políticas informativas y de relaciones públicas.
-Establecimiento Sistema Nacional de Comunicación Social.	-Crear y poner en funcionamiento Sistemas Nacionales de comunicación e información.	-Armonización de los objetivos de los servicios privados con la política de Radiodifusión.	-Las organización de las actividades de las oficinas sectoriales de información y relaciones públicas de la presidencia de la República, Ministerios, Institutos Autónomos, Empresas del Estado y Entidades Federales.
-Estructura centralizada de Información.	-Crear mecanismos al más alto nivel político y administrativo.	-Una institución estatal, para la implementación de la política en Radio y Televisión.	
-Concertación con el Sector privado.	-Crear mecanismos al más alto nivel político y administrativo.	-Creación de un Consejo Nacional de Radiodifusión.	
-Auténtica participación de la colectividad.	-Concertación con los sectores privados y multinacionales.		-Divulgación en el exterior.
-Formación, adiestramiento y capacitación de los recursos humanos.	-Acceso y participación colectiva en el sistema de comunicación social.		-Relaciones del Gobierno con los medios
-Establecer políticas informativas a nivel nacional, regional e internacional.	-Formar el recurso humano para la formulación de políticas, investigación, planificación y ejecución de programas de comunicación social.		-Investigaciones técnicas para conocer las tendencias de opinión pública.
-Incorporación de tecnologías avanzadas.			
-Creación de un organismo para la Radiodifusión Pública.	-Intercambio y flujo permanente de información.		
-Coordinación y programación de la publicidad.	-Definir la tecnología del sector comunicación.		
	-Responsabilidad y derecho de los países de desarrollar medios de comunicación social propiedad del Estado para formular políticas y elaborar planes en comunicación.		
	-Crear una Agencia Latinoamericana y Caribeña de Noticias.		

* Fuente: Lineamientos del V Plan de la Nación en el Sector de la Comunicación Social, Proyecto RATELVE, Conferencia de San José de Costa Rica (documentos) y Ley de la Administración Central (documentos) (18).

El nuevo gobierno, a pesar de haber criticado (por ser oposición política) las formulaciones del V Plan de la Nación en el Sector de la Comunicación Social, del Proyecto RATELVE y el conjunto de las Recomendaciones de San José de Costa Rica; en el momento mismo de diseñar el VI Plan de la Nación comenzaba por reconocer el aporte e impulso dado por esos "elementos técnicos" de intento de diseñar e intrumentar PNC. Al efecto, la parte introductoria del Plan de la Nación era explícito: "(...) En cuanto a la formulación de políticas para el Sector de Comunicación Social, en nuestro país se tiene limitada experiencia, sin embargo vale la pena señalar lo establecido en el V Plan de la Nación (...) Así mismo cabe referirse al Proyecto RATELVE, que para su momento constituyó un aporte para el análisis y fijación de políticas frente a los medios radioeléctricos (...) Por otra parte, no puede excluirse, la experiencia que supone la presencia de Venezuela en variadas reuniones y eventos internacionales, cuya temática abordó la comunicación, en las cuales nuestro país hizo valiosos planteamientos y al mismo tiempo, apoyó otros criterios (...) La Conferencia Intergubernamental para la Región de América Latina y el Caribe, celebrada en Costa Rica en el año 1976 (...) "

Acción Democrática había inaugurado la "tradicción" de introducir en los Programas de Gobierno el Sector de la Comunicación y la Cultura. Posteriormente la complementaría con su inclusión en el V Plan de la Nación. El resto de los demás partidos políticos harían lo mismo. Para la siguiente campaña electoral se repetía la "tradicción". Pero esta vez, COPEI era mucho más explícito que el resto de los partidos (9). El programa de Luis Herrera Campíns "Mi compromiso con Venezuela" contenía todo un apartado dedicado al Sector de la Comunicación y la Cultura, esta sección del programa aparecía también publicado en forma de separata en Valencia (octubre 5 de 1978), en el cual se destacaba una vez más la necesidad de planificar al Sector. Se notaba un avance notable en el desarrollo teórico de los aspectos comunicacionales. Entre las promesas más importantes del programa figuraban (20):

- Promover el derecho a informar y ser informado.
- Las medias estatales se convertirán en factores de promoción de la participación organizada, en canales de animación cultural . . .
- Promulgar los Reglamentos de Radio y TV.
- Establecer una política de otorgamiento de permisos en FM.
- Crear un Taller Nacional de Radio y Televisión.
- Ampliar los mecanismos de participación de la población socialmente organizada en los medios del Estado.
- Promover la aprobación de la Ley Nacional de Cine.
- Dar apoyo a las investigaciones sobre el Sector.
- Fomentar la comunicación rural mediante una estrategia comunicacional.
- Otorgar concesiones para que las Universidades con Escuelas de Comunicación Social instalen estaciones experimentales de Radio y TV.

Estas promesas serán retomadas en la formulación del VI Plan de la Nación. Un Plan de la Nación que abarcaba el período: 1981-1985. Este VI Plan Nacional intentó cumplir seis grandes objetivos:

- 1-La defensa y robustecimiento de la Identidad Nacional;
- 2-Elevar las condiciones y calidad de vida de los venezolanos;
- 3-Incrementar la organización social del pueblo, a los efectos de participación;
- 4-Promoción del crecimiento y la eficiencia del aparato productivo;
- 5-Racionalizar la ocupación del territorio; y,
- 6-La renovación del Estado, para adecuarlo a las exigencias de una estrategia de desarrollo

integral y armónico dentro de un concepto humano y social de la economía, la política y la cultura.

Desde la perspectiva de esos grandes objetivos, se entra al **Plan Sectorial de Comunicación Social**. En palabras de Alejandro Alfonzo (21), los principios básicos que fundamentaron el desarrollo de las políticas comunicacionales durante esa gestión y que sirvieron de fundamento para el diseño del nuevo plan sectorial fueron:

A.- La reafirmación del derecho a la libre expresión del pensamiento;

B.- La voluntad de cambio político del proceso de planificación en el área de la comunicación;

C. El carácter instrumentalista de la información. La Comunicación para la participación en el proceso de desarrollo.

D.- Se establece también como postulado, el deber ser de los Medios de Comunicación.

Finalmente, el esquema del Plan Sectorial de la Nación, expuesto por el propio Alejandro Alfonzo, fue el siguiente:

a) Una exposición de motivos con elementos históricos y conceptuales;

b) Un diagnóstico del área o "situación actual" en el cual se describen, con soporte estadístico importante, los elementos estructurales y mecanismos de funcionamiento. Se incluye la situación de los Medios-públicos y privados- en el país;

c) Los principales aspectos críticos del sector;

d) Los objetivos, estrategias y lineamientos de política. Ello incluye las medidas coherentes con los principios y objetivos enunciados;

e) Metas y perspectivas;

f) Los programas básicos: Sistema Radioeléctrico del Estado venezolano; Sistemas Informativos y de Comunicación Social Gubernamental; Investigaciones Sectoriales Básicas y Desarrollo de Recursos Humanos del Sector.

¿Qué pasó? En el momento mismo de la formulación del Plan, así como en el instante de su Promulgación, el sector privado— comercial de medios de comunicación y organismos empresariales de otra índole iniciaron sus ataques. La argumentación esgrimida fue la de siempre:

—(. . .) propósitos estatizantes (. . .)

—(. . .) amenaza a la libertad de expresión y de pensamiento.

—Afecta gravemente el ejercicio de la libertad de comercio y de la libertad de expresión.

—Niega la posibilidad, en un país democrático, de desarrollar una política de información libre, abierta y objetiva.

—Pretende atribuirle al Estado el derecho —no establecido en Ley alguna— de actuar como estimulador, orientador, regulador y árbitro de todas aquellas manifestaciones de la libertad de expresión.

—Son decisiones —las políticas nacionales de comunicación— autoritarias y por tanto representativas de un Estado Autoritario.

—(. . .) Atentatorio de los principios democráticos que consagra la Constitución Nacional en su Art. 66.

El mundo político venezolano, especialmente el principal partido de la oposición: Acción Democrática (AD), también reaccionó violentamente. El mismo partido que había formulado los primeros lineamientos sobre comunicación y cultura en un Programa de Gobierno, el mismo que creó por Decreto No. 18 del 26-03-1974 la Comisión Organizadora del CONAC, el que dió el impulso necesario para diseñar RATELVE (Art. 4 del Proyecto de Ley de la Cultura) y otras medidas todas incumplidas ahora arremetía con el VI Plan de la Nación, contra la idea de que el

Ministerio de Información y Turismo fuera el organismo rector del Plan Sectorial y, por ende, coordinador de la política comunicacional del Estado y arremetía contra la posible formulación y puesta en práctica del VI Plan de la Nación. Luis Esteban Rey en el diario *El Nacional* decía enfáticamente que "ante una amenaza contra la libertad de expresión es preferible exagerar en el análisis que guardar silencio que aparecer, más bien, como tímidos o algo semejante (. . .) Cuando el Estado quiere asumir el papel de "árbitro u orientador" de todas las manifestaciones de la libertad de expresión, se está ya revistiendo con los errores del totalitarismo" (03-11-1980. Pág. D-1).

Quizás, la más descarada de todas las declaraciones fue la de Carlos Canache Mata cuando refiriéndose al VI Plan de la Nación llegó a poner en entredicho los propósitos del Informe Mc. Bride, estudio que Venezuela apoyó a través de las delegaciones que envió primero a San José de Costa Rica y luego a Nairobi, y todos los pronunciamientos de un hombre de AD, el Dr. Guido Grooscors: "¿Cuál es el concepto de política comunicacional que contiene el VI Plan? Allí se hacen consideraciones generalizantes que se columpian híbridamente y en forma atemorizada entre la tendencia intervencionista de Informe Mc. Bride y la tendencia de la despreocupación total hacia los medios privados".

Pero 1981, después de veintidos meses de estar en el gobierno Luis Herrera Campíns, fue rico en toda una serie de medidas-políticas parciales de comunicación las llamarán algunos que afectaban fundamentalmente al sector privado de la comunicación y especialmente a la radio y televisión y por extensión a los anunciantes y publicidades. Un documento privado elaborado por la "pirámide de la industria cultural venezolana" (Consejo Venezolano de la Publicidad, ANDA, FEVAP y los distintos bloques y cámaras que agrupan a los medios de difusión de este país) indicaba que "durante tan incierto período, se han promulgado decretos, resoluciones, oficios y se han dictado políticas que, en lo que respecta a la televisión, la han llevado a una creciente situación de vulnerabilidad como órgano de difusión amparado por el decreto constitucional que garantiza la libertad de expresión" (22). El documento en cuestión se refiere a los siguientes hechos:

- Se limitó el horario diario de transmisión en la televisión, con lo que se suprimió la publicidad programable para después de la medianoche;
- Se fijó las 10.00 p.m. como el comienzo del horario de los programas "dedicados a los adultos" con manifiesta coincidencia en la comercialización de los espacios de televisión;
- Se anularon las tarifas fijadas por las estaciones de televisión para 1981, al tiempo que se congelaron dichas tarifas hacia el futuro;
- Se suprimió la publicidad de cigarrillos por televisión. Esta medida mermaba los ingresos de la televisión privada en una cantidad superior a los 45 millones de bolívares;
- Se prohibía a partir del 2 de septiembre de ese año, la intervención como actores o espectadores en televisión o como participantes en cuñas comerciales, de los menores de doce años. Ello abarcaba además a los espectáculos públicos.

Tal como venía sucediendo en cada período constitucional frente a cualquier medida-política— que diseñe el gobernante de turno, el partido de la oposición arremeterá con todas sus garras, aunque la medida "política" sea totalmente coincidente —en fines, objetivos y hasta en instrumentación a la que él hubiese diseñado o planteado de estar en el papel de gobierno. Así Acción Democrática ante todas esas resoluciones y decretos expuso sus puntos de vista, pero esta, aliándose tácitamente con el sector privado de la comunicación.

Durante ese período, también se propuso la creación del Consejo Nacional de la Comunicación. El gobierno apuntaba que debía ser creado por Decreto Ejecutivo ya que se trataba de un



órgano consultivo de la Administración y, por su parte, la Oposición política decía que debía instaurarse por Ley. Se dieron los discursos y al final no terminó de nacer, ni de una forma ni de la otra (23). Dicen que "a la tercera como que va la vencida", habrá entonces que esperar el próximo período constitucional. . . De todas formas, ni el propio partido COPEI estaba muy claro de la necesidad de hacer un Consejo Nacional de la Comunicación. Mientras que Eduardo Fernández, secretario general de COPEI, rechazaba la creación de ese organismo, el Ministro de Información y Turismo Pérez Olivares lo anunciaba como un hecho. Igual cosa hacían otros militantes de la democracia cristiana como Oscar Yanez donde había dicho que COPEI se opondría a la creación de un Consejo de la Comunicación así como a una Comisión Permanente de Medios en la Cámara de Diputados.

¿Es posible entender todas estas contradicciones juntas . . . ? A la luz de lo que ha venido siendo el Estado venezolano y sigue siendo, sí es posible entender . . .

Y LA ESPERANZA SE MARCHITO TOTALMENTE

Una de las grandes verdades, y plagada posiblemente de buenas intenciones, fue la que llegó a decir el entonces Presidente Luis Herrera Campíns en 1980: "(...) hemos venido sosteniendo

que no es posible instaurar un Nuevo Orden Internacional de la Información si no estamos dispuestos a promover un Nuevo Orden Nacional de Información(. . .)". Y otra de las verdades que lamentablemente siempre frenará los propósitos "bien intencionados" de los planes de la nación, y que dijera un también representante de COPEI ante las presiones que ellos recibían por el VI Plan Sectorial de la Nación fue la de Carlos Rodríguez Ganteume: "(. . .) Estas políticas de comunicación son del Estado venezolano y no del gobierno, pero que son obligantes para el sector público pero sólo indicativas para el sector privado".

Frente a esas dos verdades, qué podemos apuntar de nuevo. ¿?. El nuevo gobierno, esta vez de Acción Democrática, se enfrentaba ante un crecimiento desmedido del sector privado de la comunicación y concentrado ya en muy pocas manos. Ello a pesar de que la Constitución Nacional lo prohíbe expresamente en su artículo 97 al decir que "no se permiten monopolios. Sólo podrán otorgarse, en conformidad con la Ley, concesiones con carácter de exclusividad, y por tiempo limitado para el establecimiento y la explotación de obras y servicios de interés público

Pura letra muerta. No hay más que revisar las curvas de crecimiento de la "industria cultural de Venezuela" y poder constatar que el fenómeno de concentración hoy tiene pocos nombres y apellidos desconocidos. Tendencia acelerada al oligopolio que obstaculiza el desarrollo de una genuina democracia comunicacional. Y sin embargo, el actual Estado venezolano, el gobierno de turno, genera el crecimiento oligopólico de este sector: dólar preferencial para la compra de insumos y equipos de transmisión, reconocimiento público a determinado Grupo Económico por "sus buenos oficios" en pro del desarrollo cultural del país, reuniones constantes entre el gobierno y los medios a fin de evitar contradicciones de principios, renuncia explícita a legislar en materia de comunicación social, ausencia de políticas que favorezcan a otros sectores que no sean los privados . . .

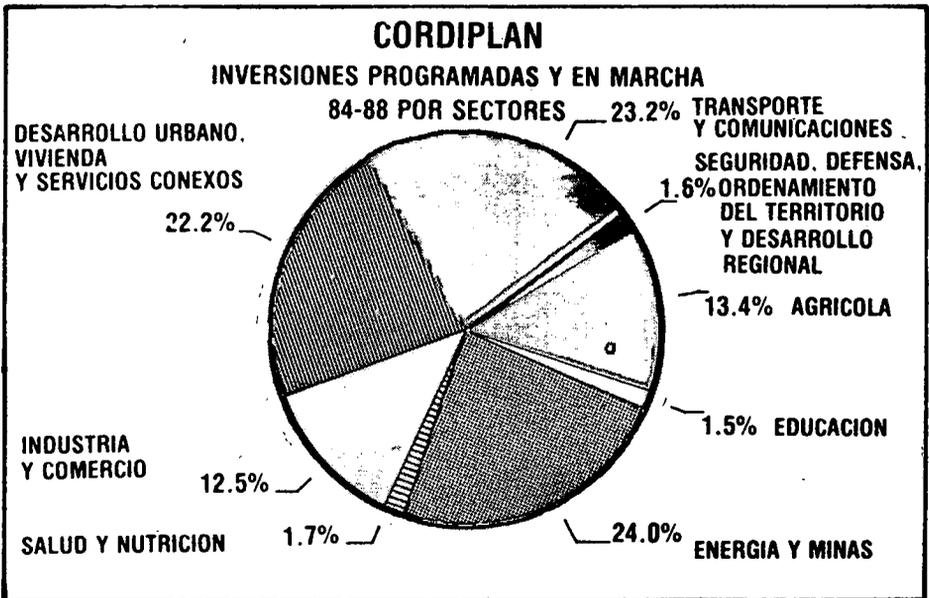
Un estudio efectuado por las Cátedras de Opinión Pública y Estadística de la Escuela de Comunicación Social de la UCV (24) a distintos líderes de opinión de diversos sectores de la vida nacional en lo referente a las prioridades que debe tomar en cuenta el nuevo gobierno nos indica "que la medida prioritaria en el sector de la comunicación social, sería la integración de los mensajes masivos en función de lograr un balance positivo en lo educativo y cultural. Esta proposición encaja en las ideas esbozadas y ampliamente divulgadas acerca de la necesidad de lograr mensajes complementarios en los medios masivos, atendiendo al desarrollo del país. Mientras tres estratos de la nuestra (Medios de Comunicación Social, Docentes y Gremios e Intelectuales, Artistas y Científicos) consideran muy importante lograr mayor acceso y participación de la comunidad en los medios, el estrato de los empresarios considera prioritario "garantizar la propiedad privada en los medios de comunicación". Una medida en la que todos los sectores coinciden es "garantizar la libertad de expresión", aunque es el sector empresarial el que considera esta proposición como más importante. Es de hacer notar que desde los cuatro estratos mencionaron como medida a tomar la creación del Consejo Nacional de Comunicación Social o un organismo similar: el sector de los medios de comunicación y los intelectuales artistas y científicos. Todos los sectores consultados se pronunciaron por una política coherente y participativa de comunicación, así como en tres de los estratos hubo pronunciamiento por una mejor calidad de los mensajes y un control mayor.

Otras medidas importantes propuestas serían la eliminación del Ministerio de Información y Turismo—algunos de los personajes consultados adscribirían sus funciones a Transporte y Comunicaciones o a Secretaría de la Presidencia—, la reducción o eliminación de la excesiva propaganda gubernamental y una política de información de Estado veraz y se esbozó también la necesidad de dictar un estatuto de autonomía para los medios estatales, con el fin de evitar la in-

tromisión de la política partidista en esos medios”

Y sin embargo, un análisis muy rápido de los contenidos de posibles políticas comunicacionales aparecidas en el Programa de Gobierno de Acción Democrática: “Un Pacto Social para la Democracia” no son nada reveladoras de esas prioridades anteriormente señaladas. Veamos:

1. Definir una política que permita subir la potencia de las Estaciones clase A, hasta por lo menos 250 Kw. de forma de protegernos de la invasión de señales extranjeras;
2. La autorización de nuevas estaciones es contrario a los intereses de la radiodifusión;
3. En cuanto a la estereofonía (AM estereo), Venezuela debe estar alerta y preparada para incorporar esta tecnología, tan pronto se definan las normas técnicas y se pongan en funcionamiento;
4. La decisión de introducir radio de FM-Frecuencia Modulada- es competitiva con el establecimiento del AM estereo. El caso de decidir asignar licencias de FM, se le debe dar igual oportunidad a los radiodifusores AM.
5. Se propiciará la TV por suscripción, la cual debe someterse a las mismas reglas de origen de producción a las cuales está sometida la televisión actual.



Cronograma de inversión. Según los lineamientos del VII Plan de la Nación, para el periodo comprendido entre 1984 y 1988 la inversión se concentrará fundamentalmente en los siguientes proyectos: racionalización del proceso de desarrollo urbano, reordenamiento del transporte e incremento de la calidad y confiabilidad y cobertura del suministro de energía eléctrica. La situación es similar en términos sectoriales destacando la inversión en desarrollo urbano, vivienda y servicios conexos, transporte y comunicaciones y Energía y Minas. Esta distribución —dicen los lineamientos— se debe a la gran cantidad de proyectos a realizar en el periodo, dirigidos al abastecimiento de agua, cloacas y drenajes previstos por el Inos, a la creación de infraestructura habitacional por Mindur, a las obras del Metro de Caracas, consolidación de la red vial y a la conclusión de Guri.

6. Se propiciará la TV por medio de satélites. Deberá estimularse el uso de satélites como medio de distribución, de manera de alcanzar una cobertura nacional al menor costo. El satélite a utilizar deberá pertenecer a una empresa propiedad de las empresas de TV que lo utilizan en mayor frecuencia.

7. Instalar una red de microondas, por parte de la CANTV, que permita el transporte permanente a nivel nacional de cuatro canales de TV, así como también dos canales eventuales desde el interior del país: Las estaciones televisoras quedarían convenientemente servidas por medio de este sistema. El complemento de esta red sería un enlace de transmisión por satélite artificial para aquellas áreas donde el interés nacional requiera, como son las zonas fronterizas.

8. Reactivar la automatización del registro y control de los usuarios del Espectro Radioeléctrico.

9. Implementación del sistema de comprobación técnica de emisiones radioeléctricas. En los momentos, se usa el 1% de la capacidad de instalación de este sistema.

10. TV directa desde satélite: se propone la constitución de una empresa de TV venezolana, que transmita programas por medio de un satélite de radiodifusión directa con alcance a otros países.

11. Analizar la modalidad de desarrollo y operación más conveniente para la implementación de la red pública de transmisión de datos.

12. Actualizar el Plan Quinquenal de Telecomunicación, articulándolo debidamente con los planes básicos de la nación.

13. Desarrollar un sistema integral de informática en consonancia con los avances de la tecnología en este campo, dando la debida importancia a la teleinformática.

14. Promover un eficiente Plan de Adecuación de los distintos sistemas que configuran la Planta de Telecomunicaciones (Planta Externa, Planta Interna, Transmisiones, Télex, etc.) a objeto de catalizar los planes de expansión propuestos y de optimizar la calidad de los servicios.

15. Sancionar una nueva Ley de Comunicaciones que permita derogar el Acta de 1941, la cual es anacrónica ante los avances de la ciencia, la tecnología y las metas técnicas administrativas.

16. Instalación e implementación del Sistema Nacional de Estaciones Costeras (comunicación barco-puerto).

17. Estimular la creación del INCE-comunicaciones, para garantizar la adecuada formación de los recursos humanos.

18. En el subsector telefonía, efectuar un estudio en base a los objetivos, metas y recursos disponibles, que permita establecer una reorganización del subsector por medio de la cual se implante una estructura regional en la CANTV.

19. Para el subsector telefonía: adopción masiva de sistemas electrónicos de conmutación y transmisión de avanzadas tecnologías, manteniéndose el uso de sistemas electromecánicos tradicionales, en aquellas partes de la red donde los costos y los factores operativos así lo recomiendan.

20. Introducción definitiva del programa de telefonía rural, atendiéndose a las pequeñas poblaciones y desarrollándose una infraestructura telefónica en las zonas fronterizas.

21. Aumentar las capacidades de los sistemas de DDN y DDI.

22. Instalar un total de líneas telefónicas no inferior a 1.800.000 durante el quinquenio 1984-1989.

23. Desarrollar los sistemas de telefonía móvil terrestre.

24. En el subsector telefonía incorporar los nuevos servicios tales como el de telefacsimil,

videotex y otros vinculados al concepto de una red moderna de telecomunicaciones.

25. Promover y obtener se sancione una Ley de Crédito Público que permita el financiamiento a largo plazo; necesario para acometer los Planes de Crecimiento propuestos para el subsector telefonía.

26. Se implementará toda una nueva concepción de instrucción, adiestramiento y readiestramiento del personal, por medio de la cual se tienda progresivamente a una mayor eficiencia del factor cantidad de trabajadores por cada mil líneas telefónicas en servicio.

27. Aumentar la capacidad y la rapidez de la entrega de cartas y telegramas y la accesibilidad de los servicios a costos razonables y crear nuevos servicios usando la infraestructura existente.

28. Establecer planes ambiciosos para la expansión del servicio de télex revisando paralelamente todo su inoperante sistema de comercialización.

29. Se incorporará el sector comunicación social como componente de apoyo al sistema educativo, sobre todo en programas especiales de alfabetización y agrotécnica; a tal efecto se creará la Comisión Nacional de Comunicación Social, con participación del Sector privado, para promover una efectiva utilización de los medios en el desarrollo del proceso educativo.

30. Se proyectará un nuevo concepto de cultura que envuelve la multiplicidad de expresiones y manifestaciones de todos los grupos sociales, una participación democrática o igualitaria de todos los ciudadanos en los múltiples procesos de transformación de expresión estética e imaginativa y para ello se llevarán a cabo campañas de movilización social, a través de mensajes de TV, radio, unidades móviles; folletos impresos, audiovisuales, radio parlantes, etc;

31. Se gestionarán ante las empresas privadas, la elaboración de cuñas institucionales por TV, radio, vallas, etc., dirigidas a campañas cívicas y a la sensibilización para la participación en los programas culturales.

32. Se motivará a las empresas e instituciones del Estado, para que elaboren su publicidad en función a la instauración de valores cívicos y respeto a las obras públicas para cumplir con lo propuesto en el Plan Integral Cultural.

Una lectura atenta de esas promesas nos podrán revelar la falta de un conjunto explícito de políticas que considere, como creemos/debe considerar, tres aspectos fundamentales:

1—La necesidad que tiene cada sector de la sociedad, no sólo el privado, de comunicar cosas. Esta necesidad no debe estar restringida a la capacidad económica o a mecanismos de "acuerdos" políticos.

2—La demanda social por el acceso a los grandes medios. Concepto de poder expresar la verdadera "libertad de expresión", habitualmente confundida siempre con la "libertad de empresa".

3—La necesidad, obligante por las nuevas circunstancias tecnológicas, culturales, educativas y políticas, de establecer un nuevo sistema de regulación de las comunicaciones nacionales.

Después del Programa de Gobierno, se dieron las primeras medidas de Jaime Lusinchi en materia de comunicación social:

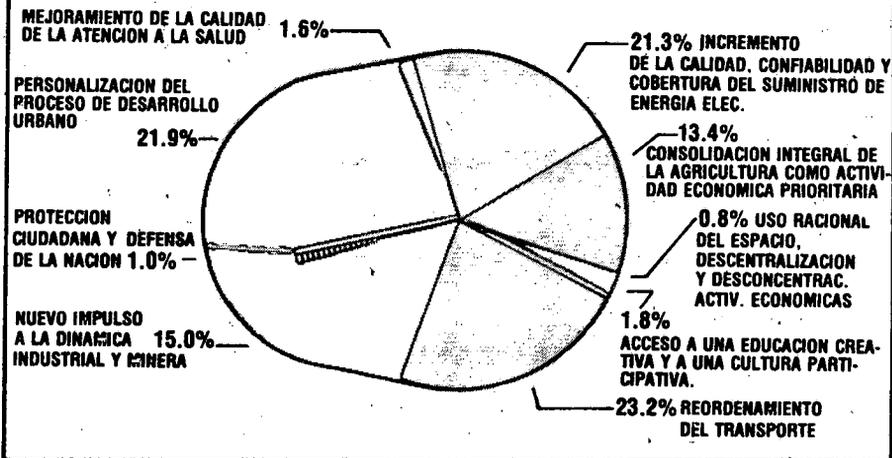
- Suspensión, el 19 de octubre de 1984, del programa meridiano de la Cámara de Radiodifusión;

- Seguirá, según anunció el Presidente Lusinchi el 19 de junio de 1984, la prohibición de las cuñas de cigarrillos y licores por radio y TV. "Sería un retroceso reponerlas", indicaba el Presidente. Pero en el momento que apareció esa medida, durante la gestión de LHC, Acción Democrática se opuso enfáticamente. ¡!

- Anuncio de la eliminación del Ministerio de Información y Turismo.

- El gobierno exigirá una garantía de buena programación antes de otorgar concesiones

INVERSION 84-88 POR PROYECTOS DE ACCION



Proyectos de acción del VII Plan de la Nación. El reordenamiento del sector transporte es el renglón al cual va dirigido el mayor monto de recursos de acuerdo a las inversiones programadas en el VII Plan de la Nación. Este rubro abarcará 23.2 por ciento de los recursos disponibles. Según las prioridades de la actual administración, el otro sector importante es la racionalización del proceso de desarrollo urbano, materia que incluye la cuestión habitacional. A este renglón se destinará 21.9 por ciento de los recursos totales. Le siguen en orden de importancia el incremento de la calidad del servicio eléctrico y los estímulos a la industria minera.

para la televisión por cable; además exigirá una participación del Estado;

- Para finales de 1985 estará lista "La Voz de Venezuela". Tendrá 1000 kilowatios, más de los que posee "Radio Caracol" de Colombia y "Radio Cuba". Es bueno señalar que este ofrecimiento se está anunciando desde los últimos meses del gobierno de CAP;

- Estudiar una Política Comunicacional para los medios de difusión fronterizos.

Hasta ahora no hay nada nuevo. Solamente la formulación pública de los llamados "Lineamientos Generales del VII Plan de la Nación". Allí se habla de la "nueva planificación" con los siguientes principios (25):

1—La planificación tiene que ser continua. Ella no puede ser un libro que contemple todas las situaciones. Hay que estar revisando continuamente el proceso de la planificación;

2—La planificación tiene que ser flexible, "no se puede hacer apuestas a ciegas sobre el futuro". Hay que trabajar con planes para las buenas como las malas circunstancias;

3—El Plan debe ser modular, es decir debe ser continuo y vigente;

4—El Plan no sólo es una declaración de lo que debemos hacer, es una forma de organización para hacer la planificación;

5—La planificación, por lo tanto el Plan, debe ser participativa; planes concretos para opinar, formas concretas para opinar y métodos concretos para recoger opiniones;

6—La planificación debe abarcar múltiples instancias de tiempo: la planificación en la coyuntura.

Lo que no nos queda claro es si estos principios expuestos por el Dr. Carlos Matus (26) se aplicarán en las posibles políticas de comunicación de la actual gestión del Presidente Lusinchi. Por lo pronto, en forma "extra-oficial" el 29 de noviembre de 1984 se pudieron conocer unos lineamientos del VII Plan de la Nación en materia de comunicación social. La fuente del documento formaba parte de un "papel de trabajo" que analizaba el Consejo de Ministros. El diario **El Universal** fue el único medio de difusión que dió a conocer dicho documento y allí aparecen esbozadas los siguientes puntos de acción:

1—Orientación de políticas de concesiones radiales y espacios televisivos de medios oficiales a gremios, sindicatos y organizaciones autogestionarias;

2—Fortalecimiento de los medios radioeléctricos oficiales, mejorando la calidad de su programación;

3—Establecimiento de un impuesto fiscal a la publicidad comercial;

4—Creación de los mecanismos efectivos para la regulación de la calidad de los mensajes del sistema de difusión masiva;

5—Vinculación de los medios radioeléctricos oficiales a necesidades del sistema educativo;

6—Creación de estaciones locales de televisión y redes locales de cine-club,

7—Creación de un Consejo Nacional de la Comunicación.

Hubo fuertes reacciones del sector privado, tanto de medios de difusión como de otros sectores productivos afiliados a Fedecámaras, enfrentando esos lineamientos comunicacionales. Los ataques se dirigieron específicamente hacia los siguientes aspectos: —Creación de un Consejo Nacional de la Comunicación y —El posible establecimiento de controles y gravámenes a la publicidad comercial.

El gobierno de Acción Democrática nunca reconoció la potestad de ese "documento de trabajo" y respondió, con palabras del Ministro del Interior, diciendo "que ha habido una alarma injustificada por parte de la prensa ante la versión de que el gobierno quiere controlar los medios de comunicación a través del VII Plan de la Nación".

¿Y entonces el VII Plan de la Nación en el sector de la Comunicación Social? Salió Raúl Matos Azocar de Cordiplan y con él, y sin él, nada hemos sabido hasta ahora de las posibles políticas de comunicación del actual gobierno.

De algo sí estamos seguros, que en el plano de la formulación de "buenas Intenciones" estamos frente a un evidente retroceso. Algunas declaraciones de funcionarios de esta gestión así lo evidencian:

“(. . .) de un régimen democrático, con libertad de prensa como afortunadamente es el caso de Venezuela, no puede hablarse propiamente de una política comunicacional (. . .)

De modo que esa virtud de nuestro sistema democrático impide que pueda haber esa famosa y vertical política comunicacional (. . .)” (Armando Durán siendo Ministro de Información y Turismo en el Programa de TV "Primer Plano", 1984).

Esto con respecto a la "imposible" formulación, según este gobierno, de una verdadera Política Nacional de Comunicación. Y ante una queja del propio gobierno por "la excesiva cantidad de mensajes de erotismo y violencia en las cuñas publicitarias", el encargado por un tiempo del Ministerio de Información y Turismo, Clem Cohen, llegó a indicar que de ahora en adelante la Política Comunicacional será sustituida por la "autorregulación" y todo el mundo contento y sin problemas.

"Nunca nos cansaremos de insistir en la necesidad de contar en Venezuela con una estructura amplia y funcional para la autorregulación publicitaria.

Todos debemos de estar conscientes de la conveniencia de la autorregulación, no sólo para

rectificar nuestros propios yerros en defensa de nuestro prestigio profesional, sino también para afrontar, con nuestro buen ejemplo, las insidiosas acciones de los enemigos de la publicidad y del sistema económico al que ella sirve.

Obviamente, que el autocontrol, corresponde por igual a los tres estamentos de la publicidad, anunciantes, agencias y medios, los que no sólo deben velar porque los anuncios se ajusten a los cinco principios básicos de veracidad, identidad, legalidad, ética y competencia leal, sino también a que respeten los intereses de la comunidad y no hieran su sensibilidad (. . .)" (27).

Esto nos lo dicen los que hasta ahora han venido manejando los medios de difusión masiva en nuestro país ¿Será así de cierto éso? ¿Estaremos nosotros equivocados en todos nuestros análisis? ¿No será que los buenos son ellos y los malos nosotros? En fin, de lo que sí estamos seguros es que con las providencias y buenas intenciones de todo el sector privado de la industria cultural en Venezuela y con la anuencia del actual gobierno, la nueva Política Comunicacional tendrá asegurado su éxito . . .

UNA ALTERNATIVA CERRADA

Desde 1976, o si se quiere desde 1975, cuando oímos escuchar por vez primera de las llamadas Políticas Nacionales de Comunicación, hasta nuestros días considerábamos a las PNC como una verdadera alternativa frente a la industria cultural venezolana. Sin embargo, ya se han cumplido aproximadamente unos diez años del Proyecto RATELVE, de la Ley del CONAC, del V Plan de la Nación, de San José de Costa Rica y . . . estamos donde empezamos por allí en 1975.

En teoría es viable pensar a esta alternativa como posible, pero la realidad se nos ha presentado como demasiado cruel para seguir sosteniendo la misma tesis. No rechazamos a las Políticas Nacionales de Comunicación, pero sí rechazamos las "bondades" del Estado venezolano con todas sus entradas y salidas, con todas sus características imposibles de reformar a través de Comisiones, Decretos o Resoluciones ¿Por qué? Porque se trata de un Estado que está demasiado imbricado en los resortes y pactos que genera la actual estructura económica del país. Un Estado, además, que ha fracasado frente a la ingente necesidad de buscar fórmulas de participación para la sociedad venezolana. La participación no existe por constitución política, ni siquiera en los propios partidos políticos que se empeñan en seguir sosteniendo a un "Estado Arbitro" de todo lo que pasa a su alrededor . . .

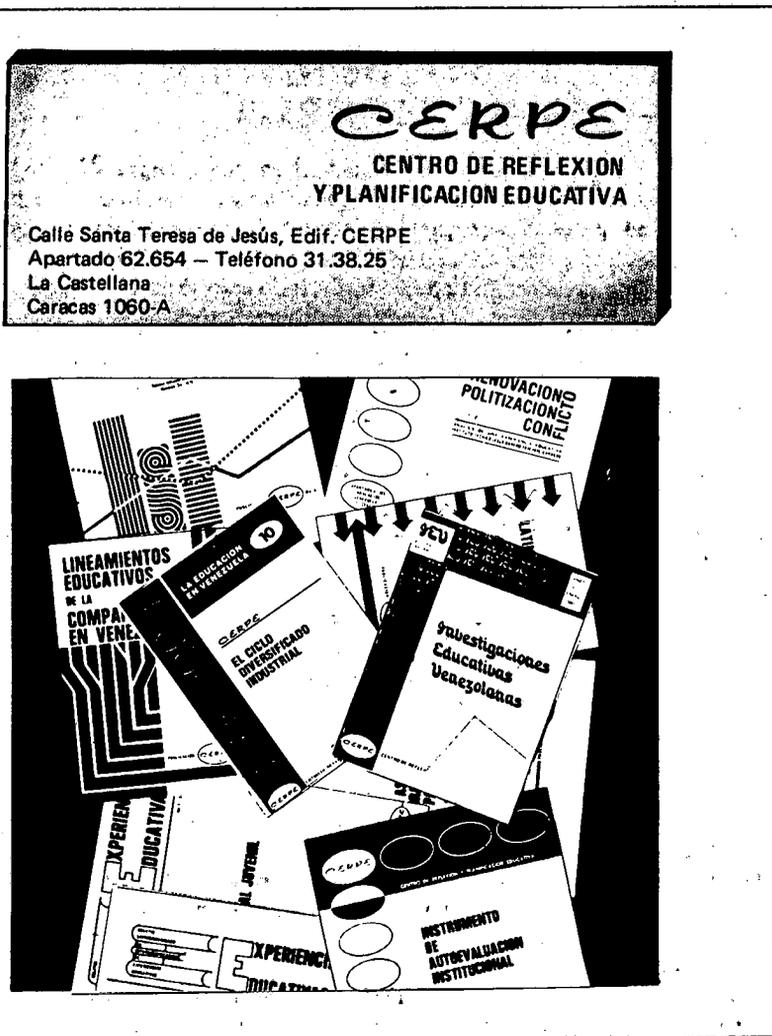
Con un Estado así y con muchos más características que durante siempre nos han ocultado, hay que cerrar, como ya lo está por el propio gobierno actual, este capítulo que nunca empezó a leerse en nuestro país: las Políticas Nacionales de Comunicación.

NOTAS

- (1) Palabras del Dr. Guido Grooscars, Ministro de Estado para la Información (1976) durante el acto de apertura del III Encuentro Nacional de Investigadores de la Comunicación. El texto completo se puede encontrar en: Cuadernos ININCO No. 1, "Actas del III Encuentro Nacional de Investigadores de la Comunicación", ININCO Caracas 1977. Págs. 18 a 23.
- (2) Para un análisis más amplio véase la Revista El Periodista (Órgano Nacional del CNP) No. 70-Segunda Epoca-Junio/Agosto 1979. Págs. 44 a 49 (Trabajo de Marcelino Bisbal). Igualmente, el Trabajo de Grado de Berta Brito. "600 días de gobierno en comunicación social". Mimeografiado, Caracas 1981. Págs. 87 a 118.

- (3) Véase Revista **COMUNICACION** No. 10-11.- "Políticas Nacionales de Comunicación" Caracas, 1976. Págs. 15 a 34 (Trabajo de Marcelino Bisbal).
También el trabajo de Luis Ramiro Beltrán aparecido en la Revista **Nueva Sociedad** No. 25, Julio/Agosto 1976. Caracas, 1976. Págs. 4 a 34.
Igualmente el Trabajo de Grado de Berta Brito. Op. Cit. en (2). Págs. 59 a 72.
- (4) Para más referencias léase el trabajo de Marcelino Bisbal aparecido en la Revista **COMUNICACION** No. 30-31.- "Integración latinoamericana y Comunicación": Págs. 41 a 55.
- (5) Citado por Carlos Ortega en Conferencia ante el III Encuentro Nacional de Investigadores de la Comunicación. Ver **Cuadernos ININCO** No. 1 Op. Cit. en (1), Pág. 236.
- (6) Revítese, para mayores detalles y referencias, el texto de Oswaldo Capriles aparecido en **El Desafío Jurídico de la Comunicación Internacional**.- Editorial Nueva Imagen-ILET. México 1979. Págs. 81 a 126.
- (7) Síntesis ofrecida por Peter Schenkel en **Políticas Nacionales de Comunicación** (Varios Autores) Ediciones CIESPAL, Colección Intiyan. Ecuador-Quito 1981. Págs. 13 a 118.
- (8) **Noticiero de la SIP** No. 273. Junio/Julio 1976: Pág. 3
- (9) Síntesis ofrecida por Peter Schenkel en **Políticas Nacionales en Comunicación** (Varios Autores). O. Cit. en (7).
- (10) Trabajo de Luis Anibal Gómez aparecido en Revista **Nueva Sociedad** No. 25 Julio/Agosto 1976. Op. Cit. en (3). Págs. 35 a 46.
- (11) En Conferencia dictada en el III Congreso de la Asociación Brasileña de Enseñanza e Investigación de la Comunicación (ABEPEC). (Caxias de Sul, julio 1976), trabajo desarrollado junto a Ubirajara da Silva, Viera; Roberto Amaral y otros, "Comunicação de Massa: o Impasse Brasileiro", Río Forense, 1978, y más recientemente en una versión al castellano en la Revista **Comunicación y Cultura**, No. 7, enero 1982.
- (12) En Revista **CHASQUI** No. 3, abril/mayo/junio 1982. Ecuador. Pág. 14 a 18 ("Costa Rica: Seis Años Después" de Luis Gonzaga Motta).
- (13) Entrevista a Luis Ramiro Beltrán, en Revista **CHASQUI** No. 3 Op. Cit. en (12). Pág. 6 a 13. (Entrevista efectuada por Patricia Anzola).
- (14) Mayores referencias en Trabajo de Grado de Berta Brito Op. Cit. en (2) Pág. 87 a 118. Igualmente véase **Cuadernos ININCO** No. 1 gr. cit en (1) Págs. 165 a 166.
- (15) Ver **Cuadernos ININCO** No. 1./ Op. Cit. en (1) Págs. 165 a 166. El Trabajo de Grado de Sonia Jacir A.- "Caracterización de la Política Informativa o Comunicacional del Estado Venezolano (1974 - 1979). Caracas 1980. Págs. 100 a 116.
- (16) Luis Ramiro Beltrán y Elizabeth Foxide Cardona en su libro **Comunicación Domina: EE.UU en los Medios de América Latina**. (Edt. Nueva Imagen, México 1980) revisan un total de 200 documentos y publicaciones que demuestran a cabalidad lo que estamos afirmando.
- (17) En Revista **CHASQUIN** No. 14 (Primera Epoca), Julio / Septiembre 1976.- "Venezuela: Políticas de Comunicación". Trabajo de Luis Anibal Gómez.
- (18) Cuadro elaborado por Sonia Jacir A. Op. Cit. en (15).
- (19) Ver Boletín **COMUNICACION** No. 19-20.- "Campaña Electoral '78". Caracas, 1978. Págs. 132 a 141.
- (20) Ver el diario **El Nacional** del 11-03-1980, Cuerpo E, Pág. 9 (Artículo de Marcelino Bisbal E.).
- (21) Resumen de Alejandro Alfonzo, en la Revista (**CHASQUI** No. 3 Op. Cit en (12). Pág. 20 a 25.

- (22) Citado por **El Diario de Caracas** el 3 de septiembre de 1981. Pág. 16. Ver también Trabajo de Grado de Berta Brito. Op. Cit. en (2).
- (23) Ver trabajo de Luis Vezga Godoy en este mismo número de la Revista **COMUNICACION**
- (24) Ver Revista **COMUNICACION** No. 44. Caracas 1984.
- (25) Carlos Matus en diversos trabajos publicados por la Revista **Planificación y Política** No. 1, 2 y 3. Publicación del Instituto Venezolano de Planificación –IVEPLAN–.
- (26) Profesor permanente del Instituto Venezolano de Planificación (IVEPLAN) y Docente del Centro de Estudios del Desarrollo de la UCV. Ha publicado diversos trabajos en la Revista **Planificación y Política**. Op. Cit. en (25).
- (27) Boletín ANDA No. 156, marzo 1985.



POLITICA COMUNICACIONAL, RADIODIFUSION Y GRUPOS PRIVADOS NO TRADICIONALES

RAUL LI CAUSI

PARTE I. ENTRE LA AUTONOMIA DEL ESTADO Y LA UTOPIA

¿Qué beneficio han obtenido los grupos subalternos? ¿Cuál ha sido la Política Comunicacional del Estado Venezolano? ¿En qué sentido puede hablarse de una Política Comunicacional?

En primer lugar, hay que destacar, que la contradictoria confluencia de las micropolíticas privadas, burocráticas, partidistas, gremialistas y subalternas han "provocado" la POLITICA COMUNICACIONAL DEL ESTADO VENEZOLANO (HO 1). Porque:

- 1.- La Política Comunicacional no es algo externo a los procesos socio-políticos.
- 2.- Cada práctica estatal es la resultante de diversos micropoderes "políticos" y "civiles" y no simple expresión de alguno de los órganos de la sociedad política (Ejecutivo, Legislativo y Judicial).
- 3.- Es un error responsabilizar únicamente al Estado-Gobierno y al Estado-Sociedad Política de todos los desaciertos de la Política Comunicacional.
- 4.- El sector privado tradicional ha sido uno de los principales detractores y casualmente ha sido el más beneficiado porque también "gerencia" el poder político.
- 5.- La sociedad civil también ha participado en la "confección" de esa Política Comunicacional.
- 6.- A pesar de esa "participación" ha predominado un modelo de gestión compartido entre el sector privado tradicional y las castas burocráticas.
- 7.- Gremios y Partidos Políticos han logrado después de décadas de lucha, impregnar la Política Comunicacional del Estado.
- 8.- Los grupos subalternos han incluido sus reivindicaciones únicamente en períodos de agudas contradicciones, en coyunturas muy especiales, cuando ha ocurrido un desplazamiento importante del bloque en el poder, cuando ha habido crisis de Estado (23 de Enero de 1958).

En segundo lugar, es necesario advertir que solamente determinadas coyunturas pueden permitir la aparición de una Política Comunicacional con real sentido democrático. O dicho de

otro modo, únicamente si una fuerza social definitivamente democrática y anti-monopólica logra emerger de la escena política y sentar las bases de un Estado Liberal de nuevo cuño es posible y factible esperar la aparición de un proceso comunicacional democrático (H0 2). Porque:

- 1.- Los llamados medios de comunicación o de difusión son en Venezuela el principal aparato reproductor de la ideología autocrática, no democrática y dominante.
- 2.- Este aparato no será democratizado por las élites actuales debido a las ventajas y privilegios que disfrutaban los sectores económicos dominantes y las clases políticas dirigentes.
- 3.- A pesar de las características constitutivas del Estado capitalista, a pesar de la conocida autonomía relativa estructural, la historia de la radiodifusión venezolana ha puesto de relieve que solamente se han producido reformas muy parciales, beneficios muy limitados para las clases subalternas.
- 4.- Hasta ahora las únicas reformas impuestas por grupos cercanos a los subalternos son el producto de 40 años de luchas gremialistas y partidistas y de estallidos sociales atípicos (23 de Enero de 1958).
- 5.- Las oportunidades en que ha habido "separación" o "autonomía del Estado" ha sido para reprimir a sus aliados naturales (sectores económicos), pero nunca para permitir la entrada de nuevos grupos sociales o establecer acuerdos o alianzas que beneficien a las clases subalternas.

No quiero desaprovechar este trabajo para resumir las principales observaciones y críticas que sostengo: cuando se capta el fenómeno del Estado en su verdadera dimensión no es posible aceptar el concepto de Políticas Nacionales de Comunicación y menos aún cuando se le asignan a estas atributos o características como la "coherencia" y la "duración". Partir de esta tesis es concebir un Estado "abstracto" al que pudiese "congelársele" durante largo tiempo. La fracción hegemónica y el bloque en el poder serían "inamovibles". Más aún habría que suponer una sociedad en la que la Política Oficial del Estado-Sociedad Política fuese asumida cabalmente como la Política Oficial de la Opinión Pública. Sociedad sin contradicciones que marcharía hacia un norte fijo, sin retrocesos ni enfrentamientos. Sin grupos o clases sociales que desaceleren un proceso en curso o impidan la realización de los objetivos explícitos o tácitos del Estado. **El problema no es que una política sea durable y coherente sino a cuáles intereses sirve.**

En consecuencia, quiero rescatar, la versión más clásica de Política Comunicacional —como práctica, como quehacer y no desideratum— y alertar que en Venezuela, con una democracia decana existe una Política Comunicacional producto del enfrentamiento de distintos micro-poderes, en cuyo proceso, los logros de los subalternos son exigüos por no decir inexistentes. En estos 26 años no se ha iniciado en el país un proceso democrático (antimonopólico) que favorezca a los "desposeídos" de poder comunicacional.

Hay que aceptar que las políticas comunicacionales de verdadero contenido democrático requieren de un tipo de relación entre los aparatos políticos y el aparato económico, que condensa una forma de Estado Liberal que supera el actual Estado venezolano. En efecto, las propuestas políticas han de ser tan democráticas que cabe esperar un fuerte enfrentamiento con los oligopolios políticos y económicos tradicionales de tal cuantía, que dicho proceso sólo es factible si hay una modificación sustancial en la llamada naturaleza del poder político. Para la aparición a esta forma de Estado, no bastan condiciones estructurales, sino que requiere condiciones coyunturales muy particulares: es indispensable un movimiento social vinculado a las reivindicaciones de los "desposeídos" comunicacionales.

Por supuesto, un proceso de tal naturaleza no ha sido iniciado en el país, porque se requeri-

ría de un verdadero desplazamiento de la fracción monopólica incrustada en el aparato ideológico-difusivo-radiodifusor que no es concebible en una forma de Estado liberal tal como lo ha adoptado Venezuela y menos aún, en una forma de Estado Autocrático, pues paralelamente deben iniciarse significativas reformas, y hasta una profunda transformación en otras áreas de la vida societaria.

¿O es que acaso el hecho de que las Asociaciones Vecinales y los organismos que agrupan a los televidentes y los radioescuchas se conviertan en productores y emisores directores de mensajes no conlleva una sonada reforma del Estado Venezolano. Esta reforma ha de realizarse descentralizando y desconcentrando el poder político y el "poder comunicacional", modificando la actual relación de poder, de manera que tanto las regiones como las localidades y los individuos adquieren independencia frente al poder central - Ejecutivo y de los grandes medios capitalinos.



Pero la realidad es otra: al analizar la Política Comunicacional del Estado venezolano se pone en evidencia que los subalternos han irrumpido tímidamente en la escena política, gremios y partidos políticos han tenido una escasa participación mientras que las castas burocráticas y los sectores comerciales tradicionales "reínan" en los medios radioeléctricos.

En síntesis, LA UTOPIA DEBE SITUARSE EN LA APERTURA DE ESPACIOS Y CANALES PARA LA PARTICIPACION DE GRUPOS PRIVADOS NO TRADICIONALES DE LA SOCIEDAD CIVIL VENEZOLANA y no en la espera de la activación ideal de la autonomía relativa constitutiva del Estado Capitalista venezolano. Es un asunto que concierne a los movimientos sociales, los partidos políticos minoritarios, los gremios, las asociaciones de vecinos, de televidentes, de radioescuchas, etc.

PARTE II. LA HISTORIA: ENTRE LA AUTOCRACIA Y LOS GRUPOS PRIVADOS TRADICIONALES DE LA SOCIEDAD CIVIL

Durante los períodos de Cipriano Castro y Juan Vicente Gómez, era una práctica cotidiana decomisar bultos de libros en las aduanas del país, expulsar extranjeros y obstaculizar la distribución de revistas y periódicos. Tal fue el caso del periódico "El Pregonero" en 1904 —quizás el primer acto censor del siglo XX—. Para aquel entonces Castro decretó que debido a las permanentes críticas efectuadas por el periódico contra el servicio postal, éste no podía continuar consignando sus ediciones en las estafetas de correos para su oportuna distribución. Castro suspendió la medida tres meses más tarde.

Cuando Gómez, el régimen ideó unas estadísticas conocidas como "Estadísticas Judiciales de Venezuela". Allí reposan los principales datos de la época sobre los distintos tipos de delitos: violaciones, homicidios, etc. Por ejemplo, en el año 28 en un recuadro titulado "delitos contra el orden público" se reseñan 11 casos . . . seguramente provocados por los miembros de la generación del 28! En cambio, en otro renglón el correspondiente a los "delitos contra la libertad", la casilla aparece en blanco.

En una Venezuela de caminos vecinales, que se comunicaba a pie, a caballo o a lomo de mula, las medidas que tomaban Castro y Gómez contra la prensa y los libros eran muy efectivas, pues el monopolio del Estado-Gobierno sobre los servicios de correos, telégrafos y teléfonos los constituían en dueños y señores del país. Basta añadir que las primeras concesiones de transporte privado de correspondencia, de líneas telefónicas y de radiocomunicaciones eran otorgadas a empresarios muy cercanos al régimen, a las compañías petroleras británicas y americanas y a uno que otro hacendado incondicional al Gobierno.

Para aquel momento estábamos en presencia de un tipo de Estado formal y concretamente autocrático. La "Política" era abiertamente despótica. El rasgo fundamental de la "Política Comunicacional" era la concentración de poder en manos de una minoría: una minoría con poder de comunicar, con poder de informar, de censurar, de decidir quien tenía derecho a hablar y opinar.

A partir de 1936 cabe esperar medidas tendientes a democratizar el aparato estatal —entiéndase disminuir la concentración, descentralizar las decisiones, reformar el Estado — López Contreras y Medina Angarita nada hicieron por democratizar la relación Estado-Comunicación. Por el contrario, diseñaron una represiva arquitectura jurídica que, por ejemplo, hace de la radiodifusión un magnífico negocio comercial pero una pésima inversión política. Hasta los programas de opinión estaban prohibidos.

Entre 1945 y 1948, con los Gobiernos de Rómulo Betancourt Rómulo Gallegos ha podido

generarse una nueva plataforma jurídico-institucional y una nueva política comunicacional de real sentido democrático. Las medidas progresistas que se tomaron no involucraron directamente al aparato informativo-comunicacional: su estructura, su funcionamiento, su tenencia y uso se mantuvieron sin modificaciones. En verdad, hay que reconocer que Betancourt derogó la cláusula anti-comunista y levantó aquellos preceptos constitucionales que permitían la censura previa.

Diez años más tarde, a raíz del 23 de Enero, se inicia en el país una nueva etapa histórica. Cuando Betancourt asciende por segunda vez al poder se ve obligado a "reescribir" el artículo constitucional que prohibía la censura previa, puesto que Pérez Jiménez, en 1953, lo había suprimido por encontrarlo contrario a sus intereses. Poco a poco, en estos 26 años, los sectores que tradicionalmente habían decidido la política comunicacional se ven obligados a incorporar a nuevos sectores. Ahora las élites políticas gobernantes, la burocracia y el sector privado oligopólico y tradicional comparten junto con los gremios y los partidos políticos el aparato informativo comunicacional. Con los nuevos invitados se democratiza la Política comunicacional.

Pero, qué tan profunda es esa reforma? ¿Qué tan coherente y real es la participación de los gremios y de los partidos políticos? ¿Cuál es la participación de los grupos subalternos, de los grupos culturales,, de las asociaciones vecinales en la gerencia o administración de ese "aparato", en la definición de una política? ¿Qué tan democrático es el Estado venezolano que surge a partir del 23 de Enero.

Debo señalar que esa "participación" es exigua y que los rasgos autocráticos del Estado venezolano están muy presentes en todo lo que concierne la Política Comunicacional. Porque el Estado venezolano estuvo y está reducido y mediatizado por una cúpula del Poder Ejecutivo: Presidente, Ministros y Gobernadores. Las otras áreas de la sociedad política no ejercen sobre las actividades comunicacionales ninguna función. El Poder Legislativo, el Poder Judicial y las Asambleas Legislativas y los Concejos Municipales tienen de jure y de facto una leve ingerencia sobre los asuntos comunicacionales. Estos organismos están borrados de cualquier actuación. En cuanto a los gremios, los partidos políticos y los grupos subalternos su "participación" se reduce a unos cuantos minutos por televisión y a una que otra consulta anual.

Un balance de las intervenciones de la Sociedad Política en 50 años de historia de la radiodifusión venezolana arroja como resultados que la cúpula del Poder Ejecutivo ha tenido más de un millar de actuaciones. Mientras que no llegan a diez los actos oficiales del Poder Legislativo, Poder Judicial y Concejos Municipales.

Todos los procedimientos administrativos conducen a que la cúpula del Poder Ejecutivo se sustituya al Estado. La censura, el otorgamiento de concesiones, la utilización de tiempo gratuito, la distribución de las pautas publicitarias y propagandísticas de la Administración Central y el manejo de los organismos públicos de la radiodifusión son actividades exclusivas del Poder Ejecutivo. La radiodifusión no es como lo define nuestro ordenamiento jurídico un servicio público en manos del Estado sino del Gobierno de turno. El Estado desaparece en favor del Gobierno. El Gobierno asume todas las funciones en detrimento del Estado.

¿Quién decide a quién otorgarle una concesión? ¿Quién decide cuáles son los contenidos a transmitir? ¿Quiénes deciden cuando hay cadena nacional? ¿Quiénes otorgan los créditos? ¿Quiénes revocan las concesiones? ¿Quiénes distribuyen las pautas publicitarias? ¿Quiénes nombran al Director de Radio Nacional y al Presidente de Venezolana de Televisión? ¿Quiénes manejan los canales de radiodifusión pública y oficial?

Todas estas decisiones las toman tres personas. El Presidente de la República, el Ministro de Transporte y Comunicaciones y el Ministro de Información y Turismo.



Esa estructura estatal, ese modelo de gestión y administración se ha mantenido incólume. Las variaciones son insignificantes. Lusinchi o uno de sus Ministros pueden mantener sobre los medios radioeléctricos, sobre las radiocomunicaciones privadas, el telégrafo, el correo, el transporte y las vías de comunicación y en general sobre todo lo comunicacional —aquí en sentido amplio— la misma relación que mantuvieron Castro, Gómez y sus respectivos ministros. El monopolio del Estado Gobierno sobre el quehacer comunicacional es francamente el mismo a pesar de los cambios de régimen, a pesar de las distintas formas de Estado que se han sucedido en Venezuela. En el fondo se mantiene una amplísima capacidad de decisión en manos de una minoría.

Por eso puedo afirmar que en materia comunicacional y especialmente radioeléctrica el proceso implantado por los Gobiernos liberales se mantiene distante de un proceso netamente democrático.

Quiero, para ilustrar la hipótesis que subyace en este trabajo, resumir las principales tendencias autocráticas y "complicitarias" que se han desarrollado en el país. Ello me permitirá demostrar que en el "espacio" comunicacional e informativo es donde se percibe con mayor facilidad y se presentan más nítidamente los rasgos autocráticos del Estado venezolano y sus compromisos con el sector privado tradicional, en este "modelo" de democracia latinoamericana:

- 1.- A partir de 1963, consolidación de los llamados radiodifusores tradicionales —los que surgieron en las décadas del 30 y del 40— gracias al aumento de los índices poblacionales utilizados para instalar nuevas emisoras de radio; lo que en el fondo provoca una reducción relativa de las frecuencias y menor competencia comercial (De 50.000 habitantes por emisora se

pasó a 100.000, luego a 150.000 y se espera llegar a 200.000).

- 2.- El mismo fenómeno se repite, pero esta vez aumentando la potencia radioeléctrica de las emisoras ya instaladas. Lo que significa que en términos relativos tenemos menos radiodifusores, pero, éstos son más potentes, tienen mayor cobertura, etc.
3. Limitaciones para asignar nuevas frecuencias. Congelamiento de la banda F.M. Desde 1972 Venezuela dispone de 99 canales y solamente utiliza 2. Los grupos privados tradicionales se benefician con esta situación: no aumenta la competencia comercial.
4. Elaboración de normas jurídicas que obligan al Estado a otorgarle frecuencia F.M. a los propietarios de la banda A.M. Este acuerdo propicia mayor concentración.
5. Asignación de frecuencias en estrecha relación con las élites políticas y los grupos privados tradicionales. Recientemente, en enero de 1984, la Cámara de Radiodifusión se vió obligada a denunciar el otorgamiento de las frecuencias de Radio Continente y Radio Central a los grupos políticos cercanos a Pepi Montes de Oca.
6. Abierta manipulación de los canales públicos por parte de los Gobiernos de turno (VTV, canales 5 y 8 y Radio Nacional). En las últimas elecciones presidenciales, durante el lapso abril-diciembre Caldera obtuvo el 60% del tiempo en los noticieros. Los otros 10 candidatos se distribuían el 40% del tiempo restante.
- 7.- Por razones políticas, de seguridad o morales, periódicamente el Gobierno prohíbe ciertos programas. Los casos más vistosos de los últimos años: Renny Ottolina, Napoleón Bravo, Orlando Fernández, RCTV, etc.
- 8.- Utilización de las cadenas nacionales para propaganda y promoción de precandidatos a la presidencia, y concentración de las principales decisiones relacionadas con los medios en manos de unos pocos.

En síntesis, durante estos 26 años de democracia formal, no se ha producido una reforma del Estado que descentralice el poder de decisión que tiene el Ejecutivo sobre los medios en general y la radiodifusión en particular. Una forma de este género impediría el abuso de la cúpula del Gobierno y los compromisos con los grupos privados tradicionales.

De lo que se trata es de disminuir el actual poder del Estado-Gobierno para otorgarle a otros órganos de las sociedades política y civil una cuota de poder de decisión y de emisión que permita cierto equilibrio comunicacional.

Las Juntas de Vecinos, las organizaciones que defienden al "consumidor" de mensajes comunicacionales y las asociaciones culturales locales y nacionales deben participar como organismos decisorios y emisores directos en mediaciones. Evidentemente, que un proceso de esa naturaleza no va a ser desencadenado por nuestros grupos dirigentes, por los grupos económicos de la comunicación o por el Estado-Gobierno o por nuestra Sociedad Política. Esperar que eso ocurra, es repetir los errores teóricos, prácticos y políticos que se han venido cometiendo. Del Estado actual no puede esperarse ninguna política comunicacional democrática. Sólo con un movimiento social compuesto por grupos privados no tradicionales que sistemáticamente vaya tomando en forma agresiva el aparato comunicacional es posible democratizar la comunicación social en Venezuela ¿Un buen inicio? Tomar por asalto las frecuencias F.M. (1).

NOTAS

- (1) En el I Encuentro Nacional de Estudiantes de Comunicación, alguien acotaba que si acaso ese "asalto" a las Frecuencias no nos conduciría a una comunicación alternativa desde la cárcel. La pregunta me obligó a revisar todo el ordenamiento jurídico sobre la materia, especialmente el penal: Legalmente no se puede encarcelar a alguien por "robarse" una frecuencia, solamente puede decomisarse el equipo de transmisión.

EL PENSAMIENTO SOBRE COMUNICACION ALTERNATIVA EN "COMUNICACION"

RICARDO MARTINEZ



I. COMUNICACION ALTERNATIVA EN DIEZ AÑOS DE "COMUNICACION"

La revista **Comunicación** tiene 10 años. Su primer número corresponde a finales de 1974 o comienzos de 1975 y el más reciente (49/50) al mes de abril de 1985.

Durante estos diez años se ha presentado como expresión del Centro de Comunicación Social Jesús María Pellín y han figurado como miembros del grupo editor, expresamente desde el No. 20, Jesús M. Aguirre, Marcelino Bisbal, José Ignacio Rey, Francisco Tremonti, César Miguel Rondón y Sebastián de la Nuez, desde el 23/24 Ronald T. Romero y desde el 37 Berta Brito y José Martínez Terrero.

Una revisión no exhaustiva de los materiales publicados en la revista que tocan el tema de la **Comunicación Alternativa** permite su organización en las siguientes categorías:

- a/ Desarrollos teóricos del equipo "Comunicación"
- b/ Desarrollos teóricos de miembros del equipo.
- c/ Desarrollos teóricos o documentos de terceros.
- d/ Reseñas informativas.

Para la inclusión de los materiales se ha considerado exclusivamente la mención del término "alternativa" en los titulares, a excepción de los trabajos a cuyo contenido se haga expresa referencia en otros textos.

a/ Desarrollos Teóricos del Equipo "Comunicación"

— "Función Ideológica de los Medios Masivos y búsqueda de Alternativas (No. 35-36 Págs. 57-58).

— "La Comunicación Alternativa" (No. 35-36 Págs. 59 a 71).



b/ Desarrollo Teórico de Miembros del Equipo

- “Escuelas, investigación y cambio social en América Latina”. **José Ignacio Rey**. (N. 7 Págs. 4 a 15).
- “Alternativas para la Investigación sobre Comunicación”. **Marcelino Bisbal**. (No. 7 Págs. 43 a 48).
- “Tendencias de los Estudios Latinoamericanos en el análisis de los Medios Masivos” **Jesús María Aguirre**. (No. 7) Págs. 49 a 61).
- “Panorama sobre la investigación en Comunicación en América Latina”. **Marcelino Bisbal**. (No. 7 Págs. 63 a 76).
- “La Etica de la Comunicación en su Contexto Sociopolítico” **José Ignacio Rey**. (N. 8 Págs. 4 a 13).
- “Comunicación Alternativa y Comunicación Popular”. **José Ignacio Rey**. (N. 28-29 Págs. 5 a 7).
- “Presupuestos para una Investigación Alternativa”. **Marcelino Bisbal**. (N. 28-29 págs. 22 a 31).
- “Comunicación Alternativa Grupal en América Latina (Características y Experiencias)” **José Martínez Terrero**. (N. 28-29 Págs. 32 a 39).
- “Popularidad” de la Canción Rebelde y “Rebeldía” de la Canción Popular (Desde la Perspectiva de una Canción Alternativa)”. **César Miguel Rondón**. (No. 32 Págs. 33 a 39).

c/ Desarrollos Teóricos o Documentos de terceros

- “Documento de Costa Rica sobre Investigación”. (N. 7 Págs. 77 a 88).
- “Centro de Comunicación Social, México: Coordinación en el Campo de las Tareas de Documentación y Comunicación Popular” **José Álvarez Icaza**. (N. 28-29 págs. 40 a 43)
- “Una Alternativa para la Televisión Venezolana. **Asociación Venezolana de Investigadores de la Comunicación (AVIC)** (No. 28-29 Págs. 45 a 47).
- “Dossier sobre Comunicación Masiva y Popular”. (N. 28-29 págs. 57 a 65).
- “Prensa Comunitaria en Brasil”. **José Marques de Melo**. (N. 28-29 Pág. 69 a 74).
- “La Prensa Alternativa en Chile: el testimonio de sus protagonistas”. **José Andrés Richards** (No. 28-29 Págs. 76 a 93).
- “Sobre la Comunicación Alternativa” **Mario Arrieta Abdala**. (N. 28-29 Págs. 94 a 97).
- “Guía Bibliográfica”. **Jeremiah O Sullivan** -

Ryan y Mario Kaplún. (N. 28-29 Págs. 98 a 110).

- Función Didáctica del Periódico Popular “La Vega Dice” **La Vega Dica** (N. 35-36 Págs. 22 a 25).
- “La Voz de Caricua: Un Proyecto de Investigación Participativa” **La Voz de Caricua**. (N. 35-36 Págs. 26 a 34).
- La Comunicación Popular en Tres Tesis de Licenciatura: “Aproximación al Periodismo Comercial” **Maritza Caglianoni y Liliam Bermúdez**; “Prensa, Complicidad y Conflicto” **María Fernández Fuentes, Ingrid Priego e Inés Rodríguez**; “Una Experiencia de Comunicación Alternativa en Altigracia de la Moritaña. **Mauricio Hernández**. (No. 35.36. Págs. 44 a 56).
- “Notas para una Teoría de la Comunicación Popular” **Gilberto Giménez**. (N. 35-36 Págs. 72 a 81).
- “El Concepto de Comunicación Alternativa” **Véctor** (No. 35-36 Págs. 82 a 84).
- “Comunicación Alternativa y Video Casette: Perspectivas en América Latina”. **Fred Stangelaar** (N. 49-50 Págs. 58 a 69).
- “Una Pedagogía Alternativa de la Comunicación para el Bienestar del Hombre”. **Ana Rosa Hernández**. (N. 48 Págs. 74 a 79).

d/ Reseñas

- “Encuestas de Prensa Popular Escrita en América Latina”. (N. 28-29 Pág. 120).
- “Super 8: una Alternativa Válida de Comunicación Popular”. (N. 30-31 Pág. 124).
- “Comunicadores Cristianos y Comunicación Popular” (N. 32 Pág. 113).
- “Primer Seminario de Promoción Cultural y Comunicación Alternativa”. **Berta Brito**. (N. 35-36 Págs. 14 a 21).
- “Taller de Comunicación Popular” (N. 38 Pág. 100).
- “Comunicación Popular en México” (N. 41-42 Págs. 160 a 162).
- “Un Seminario para la Comunicación Alternativa” (N. 41-42 Págs. 166 a 167).
- “Primer Encuentro Nacional de Estudiantes de Comunicación Social” **Berta Brito**. (N. 48 Págs. 85 a 89).

Como se observa, hay sólo dos textos que expresamente se refieren al tema y que formalmente recogen el pensamiento del equipo. Los dos aparecen en el No. 35/36 y marcan, como veremos más adelante, una etapa del grupo respecto al tema.

II. PRIMERA ETAPA: LO ALTERNATIVO COMO BUSQUEDA

Un seguimiento de estos textos y de los que aparecen con la firma de algún miembro del grupo debería conducir a la identificación del proceso a través del cual el equipo ha ido elaborando su pensamiento, los momentos de su evolución, las constantes, las correcciones de rumbo, las coincidencias, las discrepancias, la maduración de una tesis o de un conjunto de proposiciones.

Una revisión superficial de los 50 números sugiere algunas observaciones cuyo análisis deberá permitirnos asomar algunas posibles conclusiones.

— La primera clara mención a la idea de lo alternativo en materia de comunicación es formulada por José Ignacio Rey en el texto "Escuelas, Investigación y Comunicación Social en América Latina". Allí dice "Se intenta sugerir a continuación una nueva alternativa metodológica sobre bases y propuestas distintas. Estas sugerencias parten del supuesto de que actualmente América Latina es un **continente fundamentalmente incomunicado**, marginado de los patrones comunicacionales que tratan de imponer los grandes medios" (N. 7. Pág. 6).

Observamos como fundamentales tres elementos:

- Alternativa metodológica.
- Marginación comunicacional.
- Imposición o supremacía de los grandes medios.

La propuesta de Rey puede reducirse a los siguientes puntos:

- Identificar a los grupos marginales;
- Estudiar las estructuras comunicacionales autóctonas;
- Crear o perfeccionar los medios de comunicación adaptados a la realidad de esos grupos (No. 7. Pág. 9).

Rey se declara a favor de cambios "parciales pero radicales" sin esperar que se dé el cambio global y como preparación a él. La sucesión de cambios radicales irá creando necesariamente un "nuevo sistema de comunicaciones sociales". La proposición incluye la crítica al "sistema vigente" y anuncia sin definir el "sistema alternativo". Para Rey el sistema comunicacional no está divorciado del sistema social global. Toca, entre otros aspectos, el de la educación, que no "es sino una forma de comunicación".

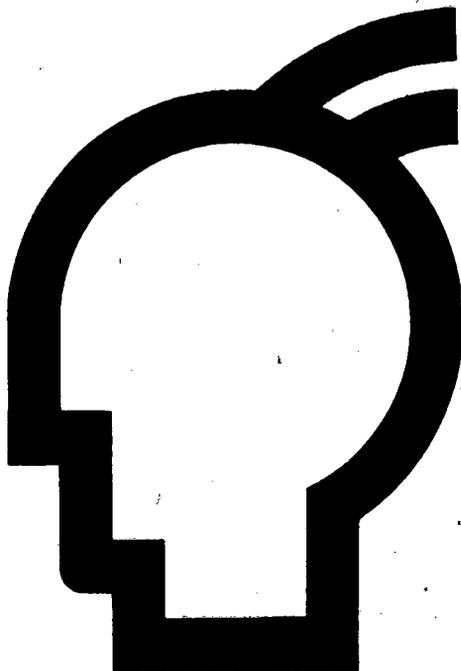
El nuevo sistema o sistema alternativo debe tener unas características:

- las grandes mayorías (Rey se refiere especialmente a las latinoamericanas) dejan de ser exclusivamente receptores y se convierten simultáneamente en emisores;
- se destruye el triple mito que reduce los medios de comunicación a los grandes medios, que fija para estos exclusivamente un uso convencional y que los vincula a un tipo específico y especializado de profesional;

Al proponer objetivos a las Escuelas de Comunicación y a su labor investigativa Rey renueva lo que es un propósito de su grupo y un objetivo de la comunicación alternativa: "Ayudar, desde una nueva perspectiva, esta nuestra América Latina inveteradamente silenciada y forzosamente incomunicada". (N. 7. Pág. 15).

El mismo Rey retomará esas ideas en el No. 8 para hablar de otra comunicación a propósito de un otro comunicador a quien asigna el deber de "ayudar a que nuestros pueblos se puedan al fin liberar de su inveterada mudez social" (N. 8 Pág. 7). Reitera lo que va constituyendo un cuerpo de proposiciones:

- el concepto y la realidad de la marginación comunicacional;



- la incapacidad de los grandes medios para cubrir las necesidades comunicacionales de las mayorías;
- la necesidad de rescatar las virtualidades de la comunicación autóctona.
- Los textos de Marcelino Bisbal, Jesús M. Aguirre y el documento de Costa Rica sobre investigación insertados en el No. 7 describen las tendencias dominantes en este campo en América Latina, critican su unidireccionalidad y su incapacidad para responder a la realidad comunicacional del continente y proponen buscar alternativas. No ha llegado aún el momento de proponerlas.
- Con el No. 9 (Agosto 1976) la palabra alternativa hace portada y se aplica al comic como expresión de las posibilidades abiertas y aún no desarrolladas.
- Con el No. 13 se produce una afirmación del equipo por lo "alternativo". A partir de esta entrega la publicación adopta lo que podríamos calificar de lema distintivo: "Por una perspectiva crítica y alternativa" que luego incorporará a su nombre como calificación absoluta "Perspectiva Crítica y Alternativa".

III. SEGUNDA ETAPA: DEFINICIONES INDIVIDUALES

Las primeras reflexiones directas sobre el tema no aparecen, sin embargo, sino en el número 28/29 "Alternativas Comunicacionales". (Septiembre 1980).

En la presentación, el equipo reclama su adhesión inicial a las posibilidades alternativas y su trabajo de búsqueda. Dice textualmente: "La circunstancia permanente es la vigencia en Venezuela y en la mayor parte de los países de América Latina de sistemas de comunicación social inadecuados e injustos, que dejan a nuestras grandes mayorías al margen de un proceso vital para la construcción de una genuina democracia. Esa grave circunstancia obliga a todo investigador latinoamericano a colocarse en una "perspectiva crítica y alternativa". En orden precisamente a justificar esa perspectiva — perspectiva que el boletín hizo suya desde su mismo nacimiento a principios de 1975— decíamos en la Presentación de nuestro primer número que "una crítica severa y radical es condición necesaria de posibilidad de lo que, no existiendo, debería llegar a existir". Y formulábamos también allí nuestro convencimiento de que "Es vital y urgente liberar las virtualidades expresivas y comunicacionales de nuestros pueblos latinoame-

ricanos, sumidos habitualmente en un silencio obligado. Conscientes de no estar en posesión de la fórmula para dotar a nuestros países de un sistema perfecto de comunicaciones, nada nos impide y mucho nos obliga a que la sigamos buscando" (No. 28/29, Pág. 4).

José Ignacio Rey presenta su pensamiento como: "aproximaciones a una teoría de la comunicación alternativa". El título "Comunicación Alternativa y Comunicación Popular" adelanta una discusión-ambigüedad que no parece estar del todo resuelta. La referencia a lo adelantado el No. 7 (Abril 1976) sirve para retomar algunas ideas y enfatizar que no hay improvisación en el pensamiento. En la evolución se ha pasado de una vaga intuición a tema de investigación, luego a teoría y luego a propuestas de un sistema y de acciones.

El objetivo es "desatar y vehicular las capacidades expresivas y culturales autóctonas frente a la transculturación alienante y a un estado de marginación cuantitativa y cualitativa de las mayorías por parte de los grandes medios". (No. 28/29, Pág. 7).

En el pensamiento de Rey la comunicación alternativa está vinculada siempre al "cambio social global". En las necesarias precisiones Rey aclara lo que no es la comunicación alternativa;

- no es un conjunto de cambios que hagan más funcional determinado sistema de comunicación.
- no es sinónimo de comunicación grupal o de base, aunque se vincule a esas formas;
- tampoco es sinónimo de comunicación popular;
- no se limita al uso de los micromedios.

En la parte afirmativa, Rey especialmente enfático en el rechazo fundamental de la estructura comunicacional vigente, en la afirmación de la relación de clase con el fenómeno comunicativo y el sistema que lo sostiene, en la definición de pueblo como "clase social oprimida" y en las consecuencias comunicacionales del hecho. El agente de la comunicación alternativa es para Rey "el pueblo oprimido". Ese es precisamente el cambio que hace a esta alternativa radicalmente diferente.

De las proposiciones de Rey es posible deducir los elementos de la comunicación alternativa:

- estructuras comunicacionales autóctonas;
- medios de comunicación operativos en los subgrupos que conforman el pueblo;
- códigos culturales comunes;
- intercambio emisor-receptor;
- incidencia exclusivamente instrumental del

“intelectual” en el proceso;

- comprensión de la comunicación como vínculo para la organización y movilización populares;
 - aceptación como único sistema de jerarquización el que el propio pueblo imponga;
 - vinculación con la educación concientizadora y liberadora.
- El abordaje del tema por parte de Marcelino Bisbal es nuevamente desde el ángulo de la investigación. También para él con este artículo retoma lo anunciado en Abril del 76 en el No. 7 de **Comunicación**

Llama la atención una afirmación inicial sobre los medios comunicacionales autóctonos “que necesariamente son pobres y primitivos, pero que responden a la problemática popular y subalterna de sus emisores” (N 28/29.Pág. 22).

Bisbal ubica la investigación latinoamericana en el ámbito de una dependencia que no deja de ser tan simplemente porque cambie de foco de atracción, ni deja de cumplir con la función convalidadora del sistema global. La referencia a una conferencia de Jesús María Aguirre sobre la “Función Ideológica de los Medios Masivos y Búsqueda de Alternativas” (que aparecerá en forma de cuadro sinóptico como material del equipo en el No. 38/39) conduce a uno de los textos base para entender las proposiciones alternativas, como veremos en su momento. El dato de Bisbal ubica temporalmente y da utería a un cuerpo de ideas clave para el sostenimiento y desarrollo de una teoría que no aísla lo comunicacional de lo global social.

El recorrido de Bisbal por las perspectivas metodológicas más seguidas para el momento, por el reclamo de “alternativas” provenientes de las más diversas fuentes, por las primeras elaboraciones teóricas propias y de terceras sobre el tema concluyen en una afirmación que refleja la magnitud de lo esperado y lo reducido del logro. Dice “Existe un reconocimiento a la necesidad de una **acción comunicativa alternativa** (subrayado de Bisbal), pero creemos que se trata de una aproximación puramente intuitiva y descriptiva. No se han precisado los lineamientos y los resultados de esa comunicación alternativa si es que ello se ha dado” (N. 29/29.Pág. 26). Y concluye “Nosotros diremos, entonces, que la comunicación e investigación alternativa tienen implicaciones teóricas y prácticas que llevan a consecuencias políticas” (N. 28/29.Pág. 26). La conclusión lleva directamente a la afirmación de principio hecha por Jesús María Aguirre, para quien la “búsqueda de alternativas, comunicacionales e investigativas, exige una



estrategia teórica-práctica para el cambio social a nivel de infra y superestructura que debe reflejarse en la socialización de los procesos económico-políticos y en la devolución del habla al pueblo, protagonista general de los medios” (N. 28/29.Pág. 26).

Bisbal inicia la búsqueda de alternativas por la crítica radical al sistema comunicacional vigente. Coincide con Rey en lo que sería ya una constante del grupo:

- grandes mayorías marginadas comunicacionalmente;
- existencia de formas autóctonas de comunicación rescatables y no reducibles a “formas precarias de comunicación interna”;
- proceso de alienación alentado por los medios.

Transcribimos su diagnóstico:

“En una sociedad capitalista, inscrita en el proyecto de industrialización dependiente, los medios masivos de comunicación desempeñan una función objetiva que consiste en reflejar la estructura de clases de dicha sociedad, a fin de posibilitar su reproducción indefinidamente.

A través de diversos mecanismos ideológi-

cos, los medios masivos tienden a homogeneizar la conciencia de las distintas clases subalternas para conservar su unidad en torno al proyecto de la clase dominante y su aparato político. Este hecho impide la formación y el desarrollo de la conciencia propia de estas clases.

Frente a esta realidad de los medios masivos de comunicación, se hace necesario participar con amplios sectores de base en la recuperación de sus propios recursos expresivos, así como la introducción de instrumentos que posibiliten nuevos modelos de comunicación" (Revista *Christus* N. 517-Dic. 1978) (Citado en Revista *Comunicación* N. 28/29. Pág. 28).

Las características de la investigación alternativa deberán ser para Bisbal las siguientes:

- No academicista.
- Inserta| militantemente en el medio popular.

Es esta "inserción militante" la que permitirá conocer los códigos en los que se desarrollan los procesos comunicacionales autóctonos y la "recuperación crítica" de las formas comunicacionales propias; elementos ya anunciados por Rey como claves para una comunicación alternativa.

-Del trabajo de José Martínez Terrero, *Comunicación Alternativa Grupal en América Latina* (Características y Experiencia) (N 28/29. Pág. 32) nos interesa destacar dos cosas: primero, la diversidad de acercamientos y de modalidades y definiciones que las formas alternativas tienen según su origen u objetivo (comunicación dialógica, horizontal, concientizadora, liberadora, popular, grupal, educativa, de base, marginal, tercera, participatoria); segundo, las características que atribuye a la Comunicación Alternativa:

-Se propone poner la tecnología comunicacional en manos del pueblo y a su servicio (emisor y receptor);

-Horizontal, bi-direccional, participativa, propiciadora del diálogo (que se logra mejor en grupo);

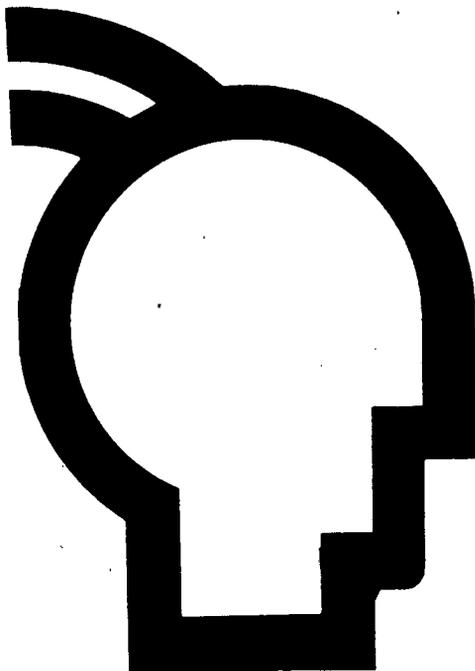
-exige que emisores y receptores vivan la misma realidad popular (incluye técnicos, artistas, profesionales de la comunicación);

-concientizadora y educativa;

-de tecnología sencilla, manejable y accesible al pueblo;

-Tiene como objetivo el "cambio liberador de unas estructuras injustas y opresivas por otras humanizantes". (Pág. 34).

Las experiencias que describe Martínez Terrero cubren algunas de las varias alternativas que propone: lectura crítica de los medios masi-



vos de comunicación (desbloqueo ideológico de los medios masivos en Perú); uso de los medios clásicos (periódico rural en Brasil, el "tercer cine" argentino, boliviano, brasileño y cubano; las radios educativas del Brasil, Colombia y Venezuela; los teleclubs en Argentina y Perú); experiencias con medios tradicionales (teatro popular, dibujo); experiencias en medios livianos modernos (servicios radiofónicos, uso de cassettes, diapositivas sonorizadas, video-tape portátil).

De las experiencias Martínez Terrero deduce los grados de comunicación lograda y, utilizando definiciones de la UNESCO, los ordena de mayor a menor: participación, diálogo, acceso. Para la Comunicación Alternativa esas son tres opciones:

-Que el pueblo se exprese por sí mismo y a través de sus códigos y medios;

-Que la comunicación integre a emisor y receptor en actitud dialógica;

-Que el pueblo tenga acceso a los medios tanto en calidad de emisor como de receptor.

Entre este número 28/29 especialmente dedicado a la Comunicación Alternativa y el 35/36 en el que se retoma el tema bajo el título global de Comunicación Popular, las menciones

a lo alternativo aparecen exclusivamente en reseñas informativas. Son, desde luego, importantes los documentos que en el propio N 28/29 aportan los editores: la declaración de la Asociación Venezolana de Investigadores de la Comunicación, el dossier sobre Comunicación Masiva y Popular en América Latina, los informes sobre la Prensa Comunitaria en Brasil, la Prensa Alternativa en Chile y la Comunicación Alternativa en Bolivia y Nicaragua y, por último, la Guía Bibliográfica sobre el tema.

Es también de notar la reflexión que en el N. 32 hace César Miguel Rondón al analizar la "popularidad" de la canción rebelde y la "rebel-día" de la canción popular desde la perspectiva de la Comunicación Alternativa (N. 32, Pág. 33). Remite en primer lugar al trabajo de Jesús María Aguirre aparecido en el N. 4 de **Comunicación** (Septiembre 1975. "Aproximaciones Metodológicas para el Análisis de la Cultura Popular") en el que se plantea la "búsqueda de alternativas" y abre con un texto de B. Meliá que explica la supremacía de la comunicación masiva. Dice Meliá: "El pueblo llega a no poder interpretar su propia lengua según sus propios moldes, dado el prestigio de la 'letra' invasora y la incapacidad vernacular para justificar sus esquemas" (Citado por Jesús María Aguirre. Comunicación N 4, Pág. 4).

César Miguel Rondón ubica en esas fechas iniciales del equipo la discusión sobre la Comunicación Alternativa y la decisión de adelantar y alentar el "estudio de todas aquellas manifestaciones que, de manera legítima, representaran la verdadera expresión popular" (N. 32, Pág. 33). Según Rondón, el equipo partía de la siguiente base: "No toda la cultura popular difundida a través de los mecanismos de la Industria Cultural (discos, radio, cine, t.v.) es necesariamente extraña al sentir popular y, por ende, no está directamente contaminada por el pecado de la manipulación ideológica"; y no todas las 'alternativas' que se han presentado a esa misma cultura industrial son suficientemente 'populares' o, más específicamente, susceptibles de convertirse, con toda la espontaneidad del caso, en patrimonio cultural de esa inmensa colectividad que sirve como centro definitivo para el estudio.

Fue así como nuestro Boletín recogió trabajos (no necesariamente del equipo redaccional) donde se analizaban (siempre empíricamente) manifestaciones diversas de la Industria Cultural así como intentos novedosos caracterizados por la rebeldía social y política. Frente al cine 'resignado' se colocó al cine 'comprometido', lo

mismo ocurrió con el teatro, y, por supuesto, con los medios 'periodísticos' tradicionales (la casa de la Comunicación todavía sigue colocando, en el centro de su salón principal, al periodismo, con todas sus variantes tecnológicas, como el rey absoluto)". (N. 32, Pág. 34).

Recordado este primer momento, César Miguel Rondón avanza cinco años y se apoya en el texto ya citado de José Ignacio Rey para establecer las premisas para su trabajo. Se trata de probar que lo popular y lo auténtico no está refinado con el uso de los grandes medios, que no siempre la "canción protesta" es canción popular, que no toda comunicación que se pretende comprometida es tal si no se da en el código adecuado. Su reflexión sugiere un posible punto de confrontación: ¿Qué papel le asigna la Comunicación Alternativa a los grandes medios? o, dicho en otra forma ¿es posible pensar en usos alternativos de los grandes medios de comunicación?

IV. TERCERA ETAPA: DE DEFINICIONES DE EQUIPO

El tercer momento del grupo Comunicación respecto de la Comunicación Alternativa se da en el N 35/36, Diciembre de 1981. Dos datos de la Presentación son particularmente importantes: primero, la cita que hace el grupo de sí mismo para probar lo arraigado de su pensamiento en esta materia ("Es vital y urgente liberar las virtualidades expresivas y comunicacionales de nuestros pueblos latinoamericanos, sumidos habitualmente en un silencio obligado", N. 1, Pág. 2); segundo, la toma de posición frente a lo "alternativo", lo "popular" (hemos querido adelantar algunos aportes teóricos que pueden servir para la mejor orientación de nuevas iniciativas en la misma dirección. Ello es particularmente necesario en este terreno para tratar de disolver frecuentes ambigüedades y para lograr que la comunicación 'popular' sea inequívocamente alternativa". Pág. 4).

Los textos de este número que interesan especialmente considerar son dos: "Función Ideológica de los Medios Masivos y Búsqueda de Alternativas" y "La Comunicación Alternativa" los dos presentados a nombre del equipo, aunque, como se dijo, el primero recoge la síntesis de una conferencia dictada en 1980 por Jesús María Aguirre en la U.C.V.

Del primer texto se deduce:

a— una crítica global a los medios de comunicación en su condición de instrumentos de las



- clases dominantes;
- b— la posibilidad de usarlos positivamente bajo ciertas condiciones;
 - c— la íntima relación de la comunicación y de la búsqueda de alternativas comunicacionales con la globalidad de los procesos socio-económicos y la organización popular;
 - d— la necesidad de fomentar una tarea crítica permanente, racional, científica de la comunicación y, simultáneamente, impulsar la constitución de un nuevo orden informativo y la producción de mensajes alternativos y la capacitación teórico-práctica de los grupos y sectores populares en sus tres niveles: grupos de base, cuadros medios o avanzados y grupos o instituciones.

El segundo trabajo, especie de documento oficial o toma de posición del equipo, parte de considerar la Comunicación Alternativa entre las utopías que esta etapa histórica proyecta.

Una segunda idea vincula lo "Alternativo" como proposición que se da en múltiples campos y desde los más diversos frentes. Estamos, parecen decir, ante una corriente de coincidencias multidisciplinares, multisectoriales, universales. "La búsqueda de un sistema alternativo de comunicación desborda el campo de las comunicaciones y remite a los problemas más generales del cambio estructural de los países y del nuevo orden económico-político internacional (Pág. 64).

En el centro de la discusión está el enfrentamiento entre el "orden viejo vigente" y el "nuevo orden alternativo", con la reacción de poder del primero y las experiencias en diversos frentes del segundo. En este marco aparecen nuevas ideas:

- lo alternativo ligado al "nuevo orden";
- lo alternativo corporizado en nuevos ins-

trumentos regionales, nacionales o grupales;

- lo alternativo ligado al diseño de políticas comunicacionales por parte del Estado con participación de todos los sectores involucrados;

- la democratización de los medios basada en el derecho a la información de los perceptores y en la responsabilidad social de los emisores;

- la responsabilidad del profesional de la comunicación y las propuestas alternativas de participación que van desde la cogestión hasta la cooperación, la propiedad social y la autogestión.

A estos textos habría que añadir los siguientes documentos:

- la ponencia "Hacia una Teoría y Praxis de la Comunicación Alternativa y de lo Alternativo", presentada por el equipo **Comunicación** en el Primer Encuentro Nacional de Estudiantes de Comunicación Social, celebrado del 11 al 14 de octubre de 1984;

- La ponencia sobre "La Comunicación Alternativa en la Estructura Monopólica de Poder" presentada por Marcelino Bisbal en el mismo encuentro;

- La ponencia "Bibliografía Sobre Comunicación, Educación, Cultura y Capacitación Popular en Venezuela", de Jesús María Aguirre para esa misma oportunidad.

- El texto "Proposiciones para una Comunicación Alternativa" firmado por el equipo y publicado en la revista **El Periodista**, N. 76 del período Enero-Mayo 1983, que incluye el esquema de la charla ya citada de Jesús M. Aguirre sobre la función ideológica de los medios de difusión y la búsqueda de alternativas comunicacionales. En la presentación el equipo acepta que todas estas proposiciones son discutibles y posibles de reformular, con lo cual no sólo anuncian una actitud honesta y científica de quien no se impone como dueño de la verdad y cree realmente en la capacidad de desarrollo del pensamiento, de las teorías con todas las contradicciones, argumentos, contraargumentos, experiencias e intuiciones, afirmaciones y dudas, sino que además advierten que siguen en el camino de la búsqueda.

No intentaremos lo que ya es un resumen sino simplemente destacar las ideas que han venido siendo reiteradas desde el primer momento y señalar aquellas que aparecen como más recientes o con formulaciones diferentes.

- El sistema social vigente impide el desarrollo de las mayorías.

- El sistema de comunicaciones vigentes es simultáneamente reflejo y factor de sosteni-

miento del sistema global.

—El sistema comunicacional se justifica en una teoría de la comunicación social falsamente neutra.

—Una teoría alternativa debe denunciar las trampas del sistema y facilitar una comunicación libertaria que opere como factor de cambio social.

—No es suficiente la denuncia del sistema de comunicaciones vigente.

—El rechazo de la estructura comunicacional vigente no implica su ignorancia o desconocimiento.

—Comunicación Alternativa no es sinónimo de "Comunicación Grupal", de "Comunicación de Base", ni de "Comunicación Popular".

—El agente de la comunicación alternativa (emisor-receptor) son las clases populares dependientes también en el plano comunicacional.

—El conjunto de clases populares no constituye una realidad homogénea.

—La Comunicación Alternativa considera fundamental el rescate de los códigos culturales y de las estructuras comunicacionales autóctonas.

—Las formas comunicativas deben ligarse con la vivencia popular de la lucha diaria.

—El "intelectual" tiene sólo una limitada función instrumental.

—Los procesos de Comunicación Alternativa se vinculan estrechamente a la educación liberadora y a la organización y movilización populares.

—La comunicación es un problema político, siempre.

—El nuevo modelo comunicativo supone una tecnología de emisión y producción propios, un nuevo estilo, un nuevo lenguaje y el interés por objetos u aspectos de la realidad marginados por la comunicación "poderosa".

—La creación de un nuevo modelo no implica la renuncia a análisis críticos de la comunicación vigente ni al logro de políticas nacionales de comunicación y el avance de procesos de democratización de los medios.

—La Comunicación Alternativa no está caracterizada por el uso de los micromedia.

V. PREGUNTAS ABIERTAS

El equipo acepta que no tiene aún respuesta para la pregunta sobre el papel que estaría llamado a cumplir el profesional de la comunicación en la creación y desarrollo de un nuevo sistema de comunicación social alternativa. Cabrían otras preguntas:

—¿Comunicación Alternativa o Sistema Al-

ternativo de Comunicación?

—¿Medios Alternativos de Comunicación o uso alternativo de los Medios de Comunicación?

—¿Cuánto ha prosperado la investigación sobre códigos y estructuras comunicacionales autóctonas?

—¿Cuánto han incorporado las clases dependientes de los modos y códigos impuestos por los medios masivos?

—¿Qué papel tienen esos modos y códigos incorporados en la creación de una Comunicación Alternativa?

—¿Cómo actúa o cómo repercute la coexistencia de dos modos de comunicación (la "vigente" y la "alternativa") para un mismo sujeto?

—¿Como se concilia el propósito de rescate de códigos y formas comunicacionales autóctonas con el llamado a encontrar un nuevo estilo y un nuevo lenguaje?

VI. ALGUNAS OBSERVACIONES DE CONJUNTO

Nos proponíamos descubrir los momentos de la evolución de un pensamiento en ese equipo de trabajo. Por la revisión de los principales materiales producidos por el equipo **Comunicación** es evidente que desde su inicio se presenta como un grupo orientado a la búsqueda de alternativas y crítico de los sistemas comunicacionales vigentes. Esta orientación inicial manifestada en las presentaciones de los primeros números, se expresa de manera más clara en el número 7 (Abr. 1976) cuando se plantea la formación del comunicador social y las formas y propósitos de la investigación en esta materia. El concepto de "alternativa" toma cuerpo hasta convertirse en definición del equipo.





Las primeras elaboraciones expresas sobre Comunicación Alternativa no se dan sino en el N. 28/29 (Sept. 1980) con la advertencia de una admitida ambigüedad y sin la expresa manifestación de un pensamiento de equipo. A partir de ese momento, sin embargo, el tema toma las páginas de la publicación e identifica al equipo. De una primera etapa de acercamientos se ha pasado a esta segunda cuando el cuerpo de doctrina es ya más sólido, cuando se reconoce que la discusión viene engendrándose desde los primeros números, cuando se presenta un grupo de experiencias ejemplificadoras y se intenta un recuento histórico de la aparición y consolidación del término.

La tercera época corresponde al N. 35/36 y se caracteriza por la aparición de documentos formalmente presentados a nombre del equipo. La discusión interna no ha terminado, pero hay conciencia en un cuerpo básico de proposiciones. Esta es la situación actual.

¿Qué ha aportado cada miembro del equipo? Una visión desde fuera y limitada a los textos no puede sino ser incompleta y seguramente injusta. Sin embargo es posible afirmar particularidades en el acercamiento:

Jesús María Aguirre, desde el análisis estructural de los sistemas comunicacionales y su vinculación al sistema económico-social global;

José Ignacio Rey desde dentro del fenómeno de la marginación comunicacional y el abandono de códigos y estructuras comunicacionales autóctonas y la ética del comunicador;

Marcelino Bisbal desde el ángulo de la investigación y de la búsqueda de alternativas en esta área;

José Martínez Terrero con un aporte más histórico que ubica lo alternativo comunicacional en un ámbito más amplio y ofrece experiencias identificadoras;

César Miguel Rondón con la especial visión de la música popular, sus contenidos y su relación con los fenómenos de difusión;

Berta Brito con el registro documental, la re-

seña de los seminarios o encuentros en los cuales el tema ha sido objeto de discusión.

La evolución del pensamiento del equipo no ha eliminado algunas ambigüedades frente a la Comunicación Alternativa, ambigüedades como las señaladas antes en forma de preguntas o como las ya clásicas distinciones, semejanzas, puntos de unión o de separación entre Comunicación Alternativa y las definidas como "popular", "grupal", "de base", "participativa", etc. Creo que a esta altura debería precisarse su base común, su origen crítico y renovador, y dejar sus diferencias a las modalidades o instrumentos que cada forma asume.

Se mantiene también la ambigüedad en la preferencia por los medios: ¿exclusión de los grandes medios?; ¿limitación a los micromedia? En este mismo terreno: ¿negación de la tecnología sofisticada?; ¿reducción a formas tecnológicas simples?; ¿comunicación rica versus comunicación pobre?; ¿comunicación de gran alcance versus comunicación de alcance reducido, exclusivamente grupal?

Aún cabe preguntarse por la posibilidad de los grandes medios para la Comunicación Alternativa ¿La naturaleza de los medios masivos desfigura necesariamente la comunicación? ¿Los medios masivos admiten mensajes liberadores? ¿Es un problema de la propiedad de los medios y de los intereses que los sustentan o de su propia naturaleza de "mediadores"?

No estamos en cero en estas discusiones. El propio equipo Comunicación podría mostrar sus aportes para responder estas y otras preguntas. Para ellos como para quienes siguen su pensamiento, la teoría o las teorías en torno a la Comunicación Alternativa no son un punto de llegada sino un punto de partida. Han avanzado desde la vieja idea de buscar alternativas o de situarse en una "perspectiva crítica y alternativa" a la conformación de un cuerpo de doctrina sólido que vincula lo comunicacional con lo global social, que alienta la investigación, le ofrece vías y ha fecundado en experiencias prometedoras.

La Comunicación Alternativa no es la "idea fija" del equipo Comunicación pero es su desarrollo más completo y el que le identifica. Es también uno de los aportes más significativos de un grupo de investigadores venezolanos a la comprensión de la comunicación en América Latina, aporte especialmente valioso si se considera la proverbial dificultad para un esfuerzo reflexivo mantenido, organizado, coherente y permanentemente vinculado a la docencia y a la realidad nacional.

EL GRUPO CISNEROS, O LOS PODERES DE "LA ORGANIZACION"

EQUIPO COMUNICACION

Lo de los
CISNEROS es ya
un IMPROPERIO.



En Venezuela existen dos poderosos canales privados de televisión. Desde nuestra revista hemos venido haciendo, con intención constructiva, severas críticas a la forma abusiva como dichos canales operan, en detrimento de la "salud mental" de nuestra población. Las familias o grupos propietarios de dichos canales de televisión controlan, además, importantes áreas productivas pero, sobre todo, comerciales y financieras dentro de la economía nacional. El Grupo Cisneros (dueño de "Venevisión") es particularmente poderoso. Reproducimos, a continuación, varios párrafos del Editorial, firmado por Jorge Olavarría, correspondiente al No. 585 (Marzo-1985) de la revista venezolana **Resumen** Leva por título "Una cuestión de Estado".

"Los primeros días de febrero fueron de una alucinante sucesión de hechos. La publicación de un libro fantástico, mal hilvanado y de indescifrables motivaciones, reveló —por las reacciones que ante él se despertaron— la existencia de un poder viciosamente enquistado en el Estado y en la sociedad, ante el cual los resortes morales de los venezolanos parecen haber perdido el sentido de la decencia, del valor y de la vergüenza".

"El libro **NARCOTRAFICO S.A.** mencionó —con razón o sin ella— a la familia Cisneros como involucrada en el negocio de las drogas. Objetivamente considerado, el libro tiene todas las apariencias de la fantasía casada con la realidad...".

"Pero lo que a la postre está en juego no son las acusaciones del libro, más falsas que ciertas. Lo que está en juego es la reacción de la "Organización Cisneros" que usó y abusó de su poder e influencia en el Estado, y del disfrute de una concesión para el servicio público de televisión, para desatar en contra de los autores o financiadores —reales o imaginarios— del libro una acción ejecutiva ilícita de expulsión del país; seguida por una ruidosa y tartufesca campaña anti-narcotráfico que, por su misma exageración, le hace una extraordinaria promoción a lo que dice combatir".

"Lo que interesa en este caso, no es el hecho en sí; sino el poder y la capacidad de la "Organización" para movilizar en la defensa de sus intereses, a todo el aparato policial y represivo del Estado, a usar de Jueces y Fiscales obscenamente en su servicio y nómina, y a infiltrar a los cuerpos de seguridad del Estado para sus tareas de inteligencia y represión. Este es el verdadero asunto, y en ello estriba su gravedad y trascendencia".

"Nadie puede negar... el enigma del origen de los recursos necesarios para haber adquirido en los últimos dos o tres años, un conjunto imprecionante de negocios, que van desde una cadena de hamburguesas, hasta panaderías, heladerías, productos para niños, dos cadenas de tiendas por departamentos (una en España y otra en Venezuela), cosméticos, fábricas de mostaza en pote, centrales azucareros, una de las embotelladoras más grandes de los Estados Unidos, y el mayor fabricante de artículos deportivos; sin dejar de mencionar los negocios que hace tres años ya tenían, y que abarcan el cuasi monopolio de la venta de bebidas gaseosas, el concurso de Miss Venezuela, y los cosméticos que lo patrocinan, y el "corazón, del imperio: la concesión para operar un canal de televisión".

"Y allí está el verdadero meollo del asunto. ¿Puede calificarse de democrático este privilegio? ¿Puede aceptarse que el mismo se haya convertido en una ventaja indebida sobre sus competidores, que no dispone de un arma de comercialización tan formidable? Y no es el pintoresco señor Larouche quien lo dice, o la KGB quien lo afirma. Es nada más y nada menos que el respetable *Wall Street Journal*" quien, en su edición del 21 de febrero pasado y en un extenso reportaje sobre los Cisneros... afirma que semejante poder tiene su centro y corazón en el uso abusivo del canal de televisión (N.R.: el subrayado es nuestro), **y en las conexiones e imbricaciones políticas que ello les da**".

"Llama la atención que políticos de todas las tendencias, que se llenan las bocas hablando de los fantasmas abstractos de las "bete noire" de moda (las "transnacionales", etc.) guarden silencio ante este poder real y concreto que, dentro del sistema, ha adquirido facultades para hacer y deshacer políticos. Todos parecen vender su derecho a decir, y a hablar, y a protestar esta obscena cadena de abusos, por el miserable plato de lentejas de verse entrevistados por esa parejita caduca e intelectualmente deshonesta, o de aparecer en la pantalla chica del Canal Cuatro balbuceando sus sandeces y lugares comunes de siempre".

"Los Cisneros han movilizado a la policía política del Estado y han hecho expulsar ignominiosamente del país a tres periodistas; y nadie, absolutamente nadie, ni el Colegio de Periodistas, ni el Círculo de Corresponsales extranjeros han abierto la boca para hacer saber su oposición a semejante arbitrariedad. No se trata de que los periodistas expulsados hayan dicho ver-

dades o medias verdades, o mentiras o medias mentiras. De lo que se trata es de que el poder de la "Organización" ha pegado esta vez con un golpe seco y sordo a un principio; a un derecho, a una garantía. De lo que se trata es de que han usado del Estado y de su poder, para resolver "a la macha" un problema suyo y, en haciéndolo, han enredado al gobierno y al país en su intriga".

"Por ello, el pintoresco incidente del libro, y todo lo que alrededor suyo sucedió, es uno de los episodios más elocuentes para describir y pintar con los más vivos colores, a la sociedad decadente, blandengue, fofa, cobardona y verbalista en medio de la cual se desarrolla esta democracia que habla de reformar al Estado, y no es capaz de poner en su sitio a los insolentes usurpadores del Estado".

"Todos sabemos que tienen penetradas a las policías del Estado. Todos sabemos que tienen en su nómina a Jueces y a Fiscales. Todos sabemos que usará de los mecanismos de espionaje telefónico del gobierno, para sus fines particulares. Pero nadie dice nada".

"Todos sabemos que tienen asiento, voz y voto en todos los cuerpos deliberantes del Estado. Pero nadie ha votado por ellos. Ellos no son elegibles. Son electores. No deben responder ante nada ni ante nadie de sus acciones. Para ellos no hay Ley de Salvaguarda que valga".

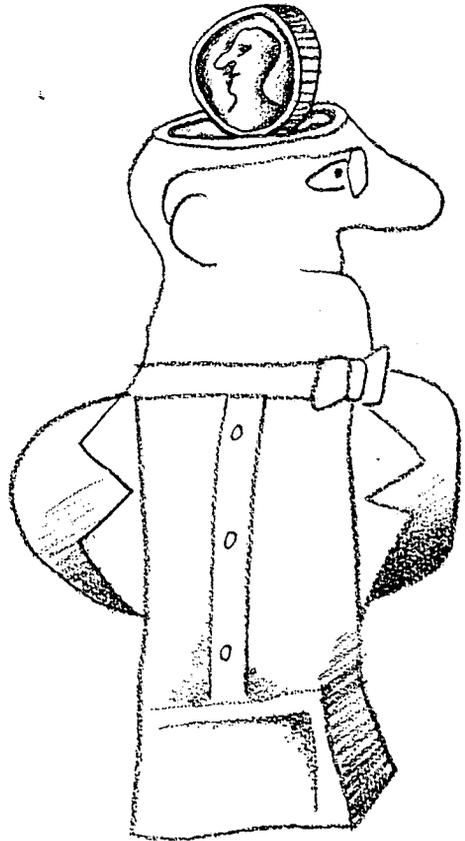
"Ellos tienen el derecho de manipularlo todo. La verdad, las noticias, los precios del azúcar, de las bebidas, del pan. Ellos tienen el derecho de educar a nuestros hijos, de sentar las bases de la moralidad estilo "Diana Carolina", de recibir del Estado todos los honores, todos los créditos, todos los privilegios, todas las excepciones, todos los amparos".

"Y en el panorama del Estado que este sistema dice querer reformar, ellos son una cuestión de Estado. Una verdadera y auténtica cuestión de Estado".

II

La organización Diego Cisneros (ODC) representa uno de los grupos comerciales e industriales de más rápido crecimiento en Venezuela, y con la excepción de algunas agencias bancarias en el exterior, inversiones industriales aisladas y una cadena de publicaciones, es la única que tiene grandes inversiones en el extranjero.

Este documento que ofrecemos examina las inversiones del grupo Cisneros, tanto en el país como en el exterior. Sus fuentes de financiamiento y los métodos usados para sus adquisi-



ciones no son relevantes para efectos de este artículo. Pero sí se da importancia a los métodos de la comercialización interrelacionada de la ODC y a sus cuadros ejecutivos, puesto que son factores relacionados con el futuro de las empresas del grupo. Esta investigación contó con las mejores fuentes disponibles, pero pudieran existir otras inversiones en una organización de crecimiento tan vertiginoso como es la ODC.

La familia Cisneros no participa directamente en la administración cotidiana, adaptando una posición supervisora que los mantiene al tanto de los desarrollos del mercado y de las nuevas oportunidades que puedan surgir. El grupo se especializa en productos de consumo masivo. Lleva por separado las operaciones de cada una de sus empresas y toda operación tiene que ser lucrativa.

Las empresas con problemas financieros, adquiridas, han experimentado una reducción de costos y un aumento de eficiencia en reorganizaciones acompañadas por la introducción de la

estructura administrativa de la ODC. Debido al récord de crédito del grupo Cisneros, las deudas corporativas se refinancian en mejores términos que los normalmente aceptados por los bancos. Los productos del grupo tienen gran publicidad en su Canal 4-Venevisión. Estas ventajas, y una comercialización superior, han dado al grupo una clara ventaja sobre la mayoría de sus competidores.

El grupo comenzó a finales de los años 30 cuando los hermanos Diego y Antonio Cisneros obtuvieron una franquicia de la Pepsi-Cola, empresa de bastante riesgo en momentos en que los refrescos no eran de consumo común en Venezuela. Los Cisneros hicieron la Pepsi más dulce que las bebidas de la competencia, regalaban refrescos en los restaurantes en una campaña de promoción y crearon un servicio de venta directa casa por casa para captar a los grupos de ingresos medianos y altos. Dos décadas después la empresa tuvo tal éxito financiero que los Cisneros pudieron expandirse hacia otras áreas.

En 1960 se incorpora la segunda generación de Cisneros a la Organización. El hijo de Diego, Gustavo, entró en Venevisión que había sido comprado por el grupo, y el hijo de Antonio, Oswaldo, se ocupó de OCAAT (Pepsi-Cola), que ahora se ha convertido en un conglomerado con 20 plantas embotelladoras, 20 compañías de distribución, otros tipos de refrescos (incluyendo Hit, Frescolita y Chinotto) y cubren aproximadamente el 73% del mercado de las bebidas gaseosas. Otras compañías del grupo contribuyen en esta empresa; Gaveplast hace las gaveras de plástico para todas las plantas embotelladoras. El año pasado Proyectos Pet comenzó a producir las botellas de plástico de 2 litros para Pepsi; ahora están exportando al Caribe y a algunos países del Pacto Andino.

Aunque las acciones en las distintas plantas embotelladoras varían, Gustavo y Oswaldo tienen un promedio de 49% cada uno y la familia Brillembourg aproximadamente 2% (aunque en Maracaibo tienen 10%). Oswaldo reforzó su posición al comprar las acciones de Pepsi Cola del grupo Monsanto en aproximadamente Bs. 1.000 MM (Bs. 670 MM de pago inicial), principalmente para la operación en Caracas, la planta más lucrativa de Venezuela. Invertió Bs. 1.000 MM en la nueva planta embotelladora EMBOCA, que tendrá una capacidad anual de más de 1 MM de gaveras cuando abra en 1986.

Cuando la ODC compró a los Rockefeller la cadena de supermercados CADA y sus fuentes de soda, adquirió también una cadena de supermercados en El Salvador (50% propiedad salva-

doreña) que vendió recientemente. En Venezuela, la cadena original Cada-Todos ha crecido considerablemente; con la compra de la cadena Prica en el oriente venezolano abarca ahora 79 tiendas Cada, 2 Todos y 10 Prica. Para poder abastecer eficazmente a esta cadena de tiendas tan dispersas se creó en Cagua el centro de Distribución CADA. Esta operación altamente automatizada tiene suficiente capacidad de almacenamiento refrigerado como para cubrir las necesidades de la cadena. Constituye el primer centro de distribución de este tipo en Sudamérica.

Cuando los beneficios de las fuentes de soda CADA disminuyeron por exceso de personal, ODC cambió su estrategia y comenzó con las ventas de comida rápida, entre las cuales se incluyen Burger King, con 10 restaurantes, Pizza Hut, con tres, y próximamente abrirá restaurantes de Taco Bell de comida mexicana.

La cadena de medios de comunicación de la ODC que comenzó con Venevisión se ha ido expandiendo hasta incluir Radio Visión que tiene una cadena de 13 emisoras de radio. Las expansiones futuras podrían incluir TV por cable, servicios de comunicación por microondas, transmisiones por satélite y privadas. A través de Venevisión Internacional exporta ahora programas a países de habla hispana y a EUA.

El grupo Cisneros adquirió también el sello LOVE para encabezar su sector discográfico. La expansión ulterior se hizo a través de Rodven, una empresa al 50% con Rodolfo Rodríguez bajo la empresa matriz Sonorodven. ODC comprendió que una intensa publicidad y buenos artistas permitirían captar una parte considerable del mercado del disco. Desde entonces Sonorodven ha pasado al mercado internacional. Recientemente se creó Videorodven, dedicada a los videotapes.

NCR-Summa Systems de Venezuela fue, la primera empresa de computadoras de la ODC, junto con la línea de cajas registradoras, equipos bancarios y mainframes NCR. Ante la desbordada demanda de computadoras ODC formó On-Line Computers para vender computadoras Apple, Dec-Digital y software en general. On-Line tiene tiendas en Maracaibo y en el CCC Tamanao, pronto abrirá otra en CC Concreta y una cuarta está en planificación. La expansión de ON-Line se ha visto frenada por la restricción de importación de computadoras. Debido a enormes importaciones en 1984, las computadoras se pasaron a la Nota 2, previa delegación de importación, pero es factible que se cambie esta restricción.

Entre otras inversiones, Summa Formas produce formularios para computadoras, Digimática representa a Digital, mientras que Plus Sistemas maneja Apple International. Las empresas ODC contrataron suministro de 4.000 computadoras Apple Macintosh a los estudiantes de la Universidad Metropolitana, con financiamiento bancario local.

En años recientes, la ODC también ha expandido sus inversiones en áreas de recreación, especialmente mediante desarrollos urbanísticos y clubes. El grupo no ha entrado en el campo hotelero, en el que sí incursiona su asociado Edwin Acosta Rubio. Algunos de los clubes de los Cisneros son sólo para miembros, otros son turísticos. Los que están en diversas etapas de construcción son Club Bahía de los Piratas, Club Bosque Alto y Club Buchito (en una isla cerca de Buche). Los proyectos en desarrollo urbanístico incluyen la Urbanización Vista Hermosa, Buche y Bahía Buche. ODC también está planificando proyectos para vuelos charter desde Margarita a Higuero, pero para ello se necesitan ampliaciones de aeropuertos.

También la industria ODC muestra su diversidad. Sus plantas incluyen la Procesadora Procafé (Café el Peñón), la fábrica de Helados Tío Rico, Atlantis de Venezuela, que produce betunes para zapatos y los productos alimenticios French; Spalding de Venezuela, con equipos deportivos; Pharsana de Venezuela, que hace los productos para bebé Chicco; ropas infantiles Cotton Candy; la tienda por departamentos Maxy's (ex-Sears) y Vematec, fábrica de muebles de hogar y de oficina (ex-subsidiaria de Sears). Tiene acciones en las granjas avícolas Capiaca, que pronto comenzarán la cría de cerdos y Fisa-Capina, que hace los productos Hele-

ne Curtiss y otros cosméticos.

ODC tiene también intereses en Distribuidora Ocaña y Suc. Tomás Sarmiento, empresa de producción y distribución de licores. A través de Ocaña los Cisneros tienen participación en Licorerías Unidas (productores de ron Cacique).

Las inversiones internacionales del grupo siguen el mismo patrón general de Venezuela. Entre ellas se cuentan All American Bottling Co. (antes Royal Crown, 7-UP) y la décima en tamaño en EUA, Spalding-Evenflow Inc. (empresa matriz de Spalding Sport Goods y productos para bebé Evenflow), la cadena de On-Line-Micro de tiendas de computadoras en Boston y Castor Trading Co. que se ocupa de la comercialización y las operaciones de trueque.

Fuera de EUA su empresa principal es Galerías Preciados, la segunda tienda por departamentos en España. Las tiendas fueron compradas al Gobierno español que las había intervenido a raíz de la quiebra de su anterior dueño (Grupo Rumasa). Paradójicamente, hace 30 años, cuando se abrió en Venezuela la cadena Sears, se trajo personal español de gerencia y adiestramiento. Ahora se ha invertido el proceso y el sucesor de Sears, Maxy's envía a España a un grupo de 18 expertos.

ODC ha demostrado visión de futuro en sus adquisiciones y ha podido solucionar la mayoría de los problemas que afectan sus nuevas compras. Por esta razón el grupo Cisneros ha seguido creciendo a pesar de unas condiciones económicas adversas. Sus operaciones en el exterior parecen rentables y se esperan nuevas expansiones ahora que están incursionando en EUA y Europa.

<u>Nombre Compañía</u>	<u>Productos Vendidos</u>	<u>Ejecutivos de las Compañías</u>
Sector de Supermercados:		
Cada-Todos (CI)	Supermercados	Julio Estrada
Príca (CI)	Super-medo. (esta)	Carlos Bardasano
Cada Dist. Center (CI)	Depósitos mcdo.	
Sector Alimenticio:		
Pepsi-Cola (MI)	Embotelladora	Oswaldo Cisneros M
Proyectos Pet (CI)	Botellas plásticas	Jorge Motta
Gaveplast (CI)	Envases Plásticos	Eduardo Salinas
Concentrados Nac. (MI)	Sirup para Hit, etc	
Dist. Ocana and Suc. (WO)	Dist. Licores	Pepe Irlmla
Tomás Sarmiento		

Helados Tío Rico (CI)	Fábrica de helados	Alberto Mestre
Procafé (Café El Peñón) (WO)	Procesadora de café	
Coplaca (CI)	Pollos y cerdos	
Puropan (CI)	Panificadora	
Atlantis de Ven. (WO)	Cherry Blossom, Franch's etc	Emilio Velásquez
Sector de Comunicación		
Venevisión (WO)	Canal 4 de TV	Rodolfo Rodríguez G Jesús Urdaneta
Radio Visión (WO)	Radio	Jesús Cristancho
Sector Discográfico:		
Sonorodven (MI)	Discos	Rodolfo Rodríguez M
Rodven (MI)	Discos	Jorge Piedra
Love Records (WO)	Discos	Salvador Pérez
Sector de Computación:		
NCR-SUMMA Systems (WO)	Cajas registradoras equípos de Comp.	Guido Tonitto Francisco Ramírez
On-Line Computers (WO)	Computadoras	Steve Bandell
SUMMA Formas (WO)	Formas Computación	
SUMMA (WO)	Rep. Summa	
Digimática (WO)	Dec/Digital	
Plus Sistemas (WO)	Computadores Apple	
Clubs Privados		
Bahía d/I Piratas. (CI)	Club de Playa	E. Acosta Rubio
Urbanizaciones:		
Urb. Buche (MI)	Playa	E. Acosta Rubio
Urb. Vista Hermosa (MI)	Playa	
Bahía de Buche (MI)	Playa	
Otras Inversiones en Bienes Raíces:		
Promotora Bosque Alto (MI)	Ventas	E. Acosta Rubio
Serena C.A. (MI)	Bienes Raíces	
Inversiones 2.300 (WO)	Financiamiento Urb.	
CC El Recreo (MI)	Centro Comercial	
Otras Inversiones:		
Maxy's (ex-Sears) (WO)	Tienda por Deptos.	Julio Estrada Hernán Alvarez
Fisa-Kapina (CI)	Helene Curtiss	Rubén Lee
Pharsana-Chilcco (WO)	Prod. de bebés	Salvador Vega
Cotton Candy (WO)	ropa de niños	Edgar Alonzo
Spalding de Ven. (WO)	Art. deportivos	
Vematec (WO)	Muebles	Mauricio Berlln
Inversiones Internacionales:		
Spalding-Evenflo U.S. (WO)	Compañía matriz de:	
-Spalding Sport Goods	Art. deportivos	
-Evenflo Baby Prod.	Prod. de bebés	
All American Bottling (WO)	Embotelladora 7 UP	
Castor Trading (WO)	Comp. Mercantil	

Venevisión Int'l (WO)
Galerías Preclados (CI)

Programas de TV
Tienda por deptos.

Humberto González
Estanislao Pérez
Héctor Beltrán

La compañía matriz es la Organización Diego Cisneros, con Gustavo Cisneros (Pres.), Ricardo Cisneros (V.P. Ejec); también Ricardo Menéndez, José Antonio Río, José R. Revenga y otros. Las compañías están designadas como: (MI) interés minoritario, (CI) control y (WO) propiedad total.



Gustavo Cisneros y su esposa, Patricia, posan en el espléndido jardín de su residencia venezolana. Son un matrimonio joven y ardido que vive feliz junto a sus tres hijos.

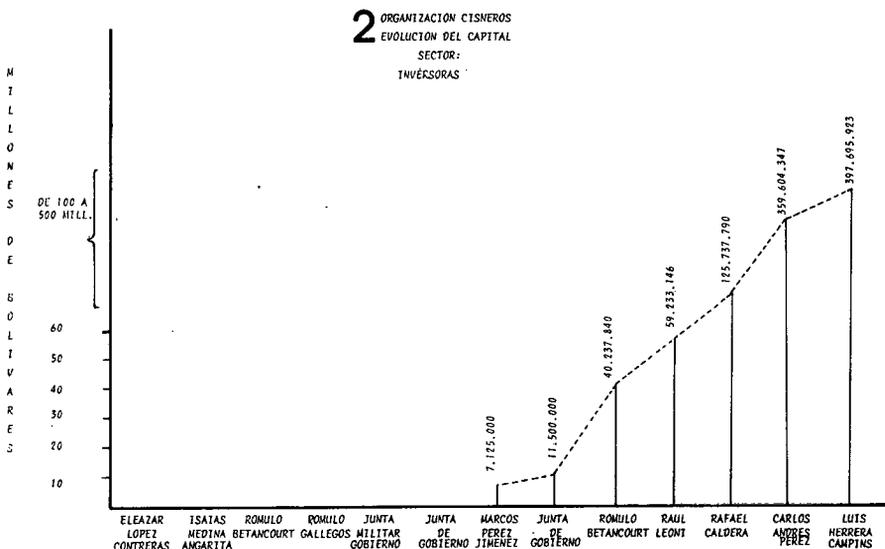
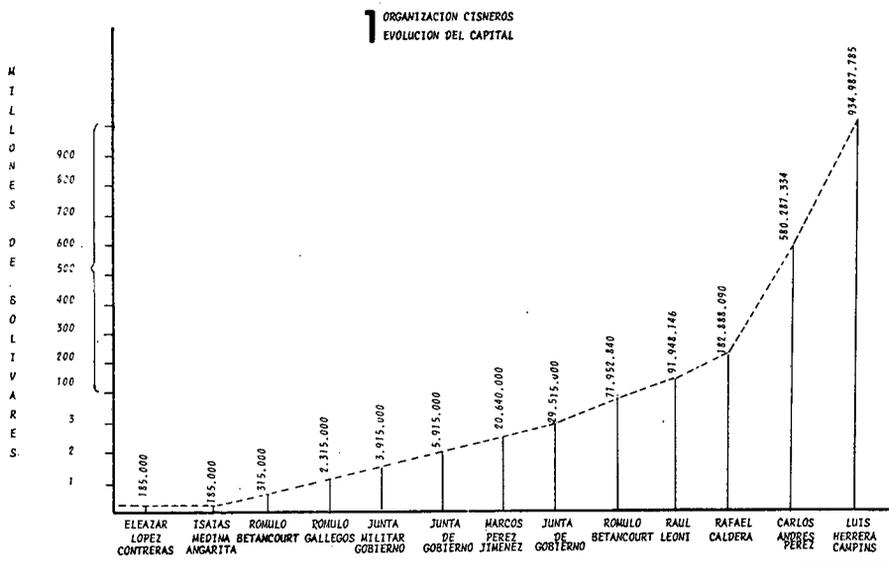
**El matrimonio
CISNEROS**

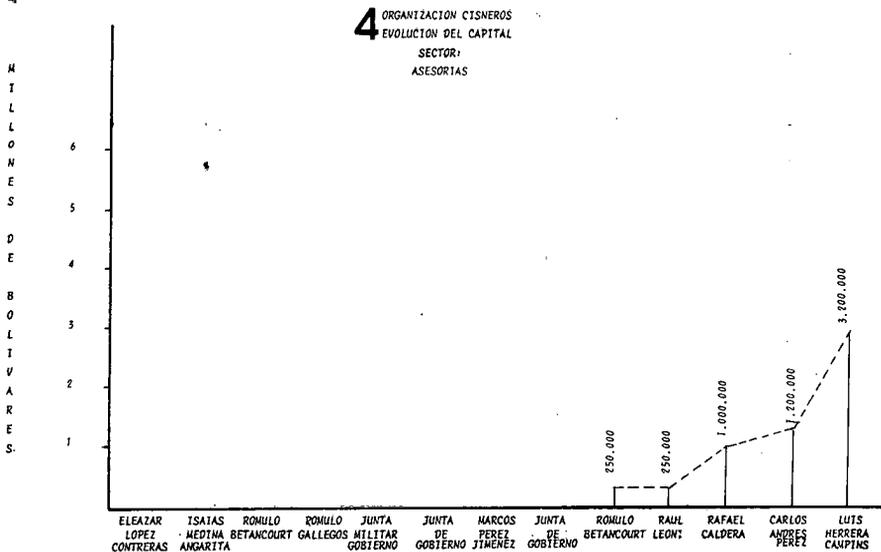
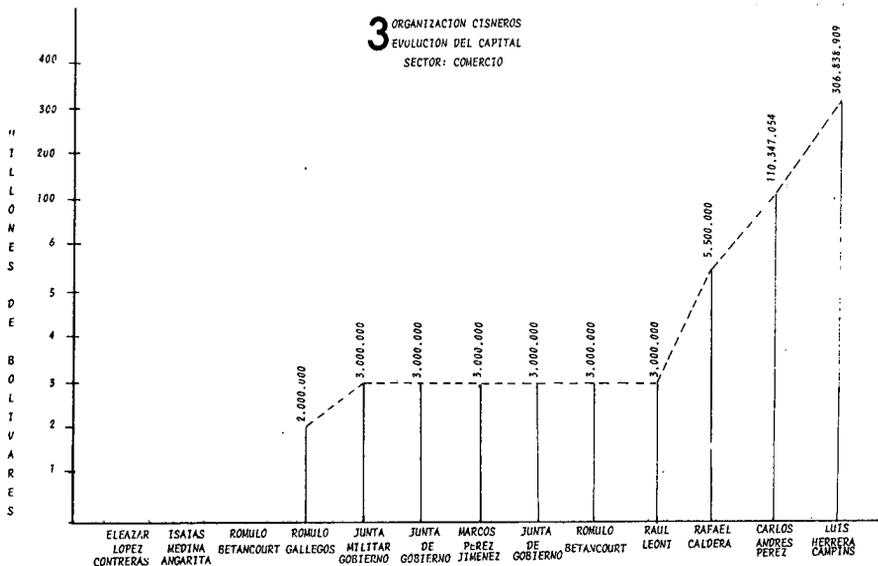
**Muestra, en Venezuela,
su casa a ¡HOLA!**

**Acaba de comprar
Galerías Preclados**

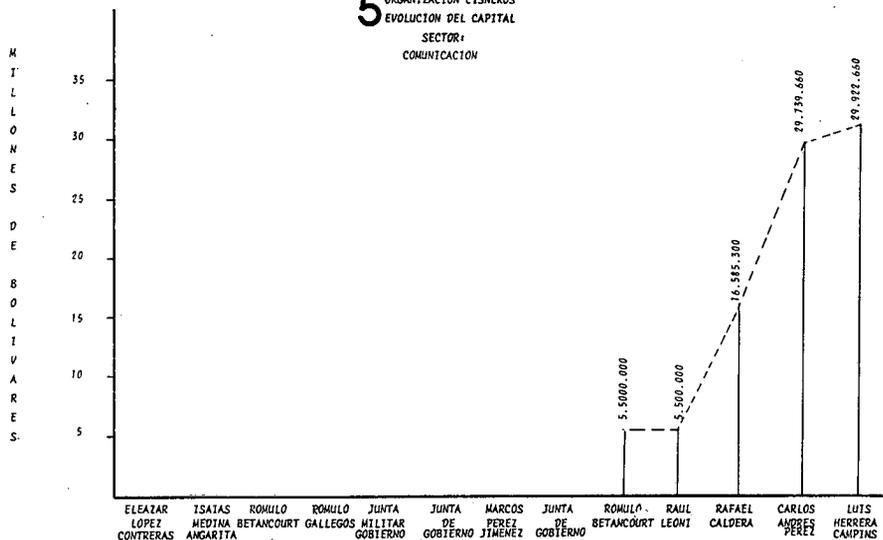
Gustavo Cisneros —treinta y nueve años— es el presidente del Grupo Cisneros, con más de cincuenta empresas y más de veintidós mil empleados en todo el mundo. Patricia, su esposa, está considerada como una de las diez mujeres más elegantes del mundo.

Ofrecemos a continuación una serie de gráficos que demuestran como ha evolucionado el capital de la ODC de acuerdo a cada período de gobierno. Los datos son extraídos del Trabajo de Investigación del Lic. Pablo Zuloaga, quien a su vez utilizó como fuente primaria el Registro Mercantil. Estamos conscientes que las cifras reales son mayores que las presentadas, pero estas son un buen indicador acerca del "poder de la ODC" en cada uno de los sectores en que ella interviene.

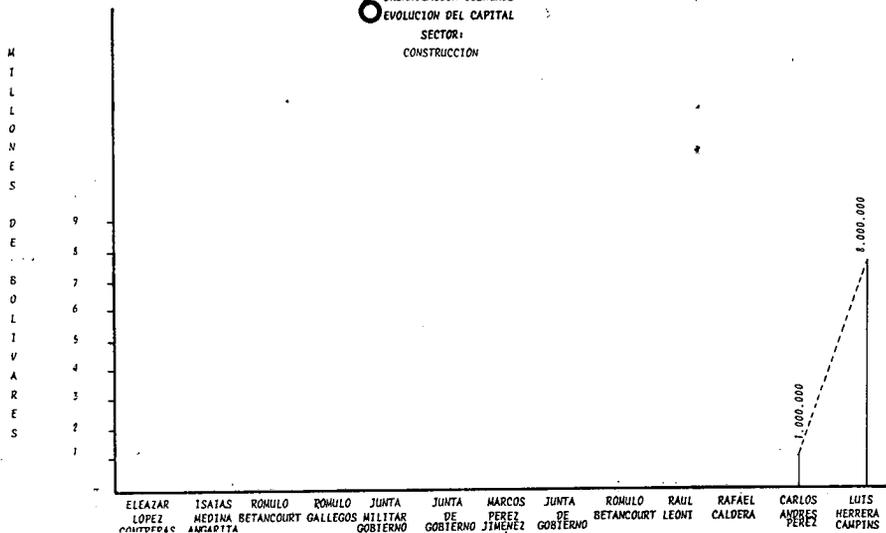




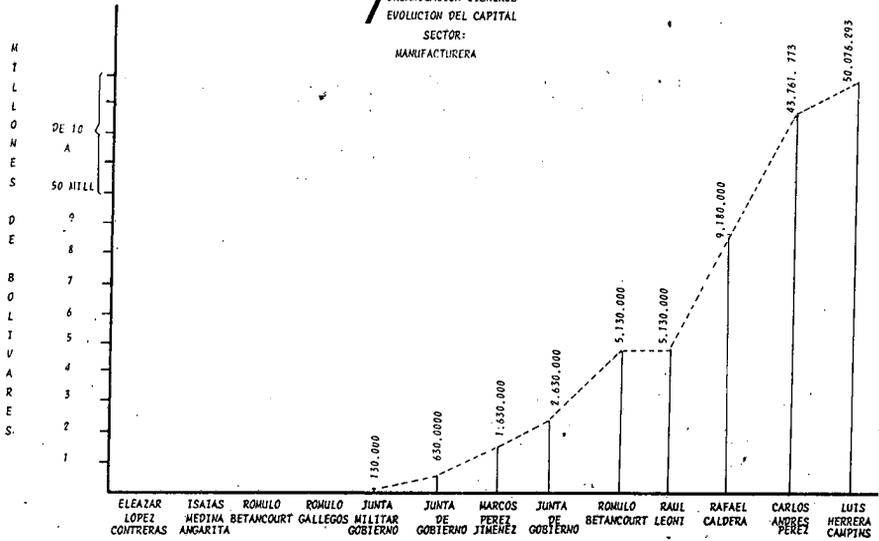
5 ORGANIZACION CISNEROS
EVOLUCION DEL CAPITAL
 SECTOR:
 COMUNICACION



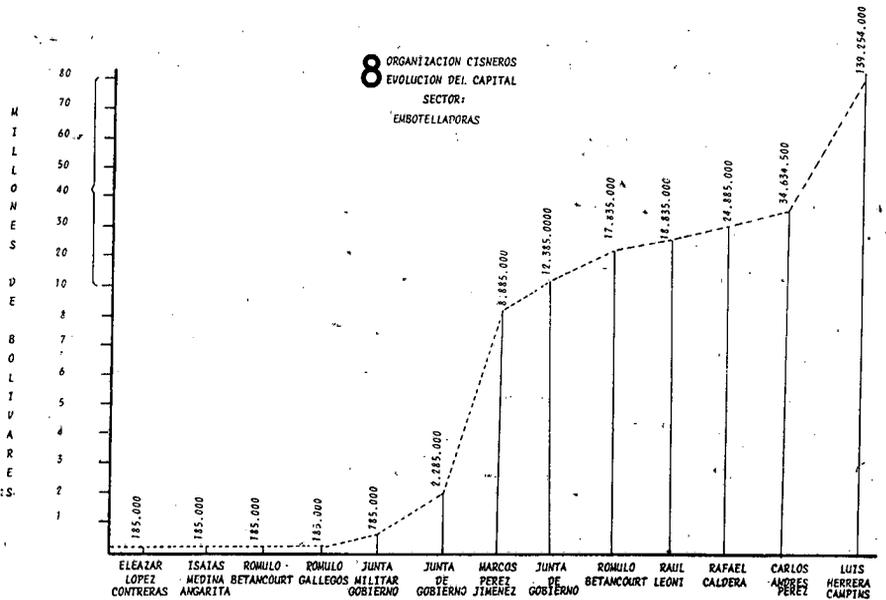
6 ORGANIZACION CISNEROS
EVOLUCION DEL CAPITAL
 SECTOR:
 CONSTRUCCION



7 ORGANIZACION CISNEROS
EVOLUCION DEL CAPITAL
 SECTOR:
 MANUFACTURERA



8 ORGANIZACION CISNEROS
EVOLUCION DEL CAPITAL
 SECTOR:
 EMBOTELLADORAS



CONSEJO NACIONAL DE LA COMUNICACION SOCIAL : UNA PROPUESTA

LUIS VEZGA GODOY

La V. Convención Nacional de Periodistas (Valencia del 19 al 21 de julio, 1984) trató en su seno el tema relacionado con la conveniencia para nuestro país de que disponga y funcione un **CONSEJO NACIONAL DE LA COMUNICACION SOCIAL**.

El tema no es nuevo dentro del desarrollo conceptual y temático del gremio de periodistas. De una u otra forma lo viene debatiendo en sus últimas Convenciones (Porlamar 1982; Maracaibo 1980; San Cristóbal 1978), así como también fue objeto de análisis aunque con otros enfoques en las convenciones de la institución matriz, la Asociación Venezolana de Periodistas (AVP).

Por otra parte, la complejidad y alta importancia que el tema de las comunicaciones sociales ha adquirido en las áreas de las ciencias políticas, sociales y económicas a los niveles nacional, regional y mundial, ha originado que entre muchas otras ideas, la iniciativa de los **CONSEJOS NACIONALES DE COMUNICACION**, sea una propuesta recomendable a todos los gobiernos y sociedades del mundo, sin importar su nivel de desarrollo social y económico. En este orden de ideas, las Naciones Unidas, a través de su agencia especializada responsable para este tipo de actividades, la **UNESCO**, viene estudiando este tema desde 1970.

En lo que atañe más directamente a esta idea, y después de celebradas diversas reuniones de carácter consultivo y técnico de interés para la región latinoamericana (París 1972; París 1973; Bogotá 1974; Kingston 1974; Quito 1975), se celebra la mundialmente conocida Conferencia Intergubernamental de San José de Costa Rica (12-21 de julio de 1976), en la cual

de una manera definitiva queda recomendado a los países de la región de América Latina y del Caribe que para la obtención de estadios más soberanos, propios y beneficiosos para sus programas de desarrollo económico y social, se incorpore el tema de la comunicación y la información a sus políticas nacionales de desarrollo global. Y en la formulación de estas políticas, se propone que dichas naciones estudien la conveniencia de establecer **CONSEJOS NACIONALES DE COMUNICACION SOCIAL**.

Paralelo a la inquietud que sobre el particular ha tenido el gremio periodístico, es cierto que los sectores académicos y de investigación también han expresado criterios favorables sobre el particular. Desde el sector público y propiamente desde el Poder Ejecutivo, el gobierno del Presidente Carlos Andrés Pérez (1974-1979) es el que de una manera concreta tiene las primeras acciones en este sentido. Inicialmente imparte sus instrucciones para que la delegación venezolana a la Conferencia Intergubernamental de Costa Rica mantenga una posición principista y de vanguardia en el tema de la formulación de políticas de información y comunicación en los países de la región. Esto, por ende, nos hace proponentes y participantes activos en las discusiones relativas a los **CONSEJOS NACIONALES DE COMUNICACION SOCIAL**. En su etapa resolutoria, este evento internacional, al concretar el tema recomienda:

"A los Estados Miembros de América Latina y el Caribe la creación de Consejos Nacionales de políticas de comunicación en los que **tendrán participación los grupos interesados y sectores sociales** de base de acuerdo con el derecho interno de cada país. Dichos Consejos tendrán **competencia de asesoramiento** para la formulación de políticas de comunicación que deseen aprobar los órganos legislativos competentes"

* Destacado nuestro.

Para el cabal entendimiento de esta idea es oportuno que de manera inicial se entiendan tres cosas básicas. La primera, que la existencia de un **CONSEJO NACIONAL DE COMUNICACION SOCIAL** es una de las tantas expresiones de una **POLITICA DE COMUNICACION**, entendida tal y como quedó definida en dicha Conferencia:

“Un cuerpo integrado de disposiciones, objetivos y programas conducentes a un desarrollo de las comunicaciones en un país, atendiendo los intereses de los diversos sectores sociales”.

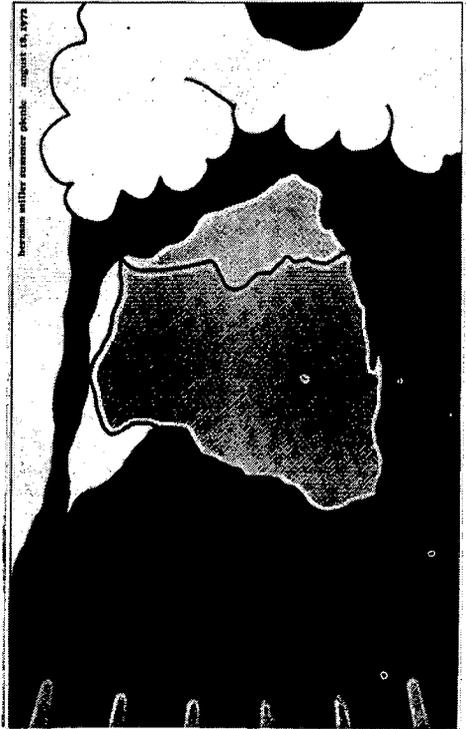
Por lo tanto, los objetivos, mecanismos e intenciones de un **CONSEJO NACIONAL DE COMUNICACION SOCIAL** deben reflejar una participación de **todos los entes que conforman el fenómeno comunicacional de un país** y el mismo debe responder a las realidades socioeconómicas y políticas propias de nuestra nación, sin buscar un propósito de comparación en cuanto a la existencia o no de entes parecidos o similares en otros conglomerados sociales. Este **CONSEJO**, de existir, debe reflejar nuestra propia idiosincracia, nuestra propia sociedad pluralista, participativa, heterogénea, democrática y debe resultar de las gestiones y consultas propias que los venezolanos acostumbramos practicar cuando hemos querido formalizar instituciones de esta naturaleza.

Segundo, y tal como todas las teorías políticas del mundo lo expresan sin discriminación de militancia ideológica alguna, la formulación de una política, en cualquier área que sea, es correspondencia del Estado, representado principalmente por su parte constituyente denominada sector público. Por lo tanto, la formulación de una política en el área de la comunicación social es una de las responsabilidades propias del Ejecutivo Nacional, tal como lo contempla nuestra Constitución.

Y tercero, al decidirse formular políticas en esta área, y por consiguiente pensarse en el funcionamiento de un **CONSEJO NACIONAL DE COMUNICACION SOCIAL**, su norte principal y más importante debe ser la conjugación de los más altos intereses de la patria, buscando que el instrumento de información, los medios, la investigación, la docencia, los recursos humanos, la tecnología y las inversiones existentes en el sector de la comunicación social se conciban y formulen en concordancia con los planes nacionales de desarrollo del país.

LA REALIDAD VENEZOLANA

En el período gubernamental 1974-1978 se



formuló el denominado **V Plan de la Nación**, instrumento que expresa los lineamientos básicos del desarrollo de Venezuela. Este Plan, cuyas metas eran de obligatorio cumplimiento por parte de los organismos de la Administración Pública Nacional, según el Decreto Presidencial No. 1454, de fecha 9 de marzo de 1976, contemplaba como una de sus prioridades la definición de un Sistema Nacional de Comunicación Social dentro del cual se establecían los lineamientos generales de la Política Informativa del Estado y su concertación con el sector privado. En este Plan, en su etapa de ejecución, se indicaba que la integración de este sistema comprende la creación de un **CONSEJO NACIONAL DE COMUNICACION SOCIAL**, con carácter consultivo, integrado por especialistas del área, con la finalidad de establecer las bases de concertación que permita integrar el sistema. Este instrumento administrativo, el **V Plan de la Nación**, recogió por primera vez en el país el tema de la comunicación en forma explícita y concreta, con objetivos, estrategias y programas propios de desarrollo.

Por haber sido uno de los profesionales que trabajó a nivel técnico en estos estudios, sé muy bien que a nivel de la Presidencia de la República se formularon todas las proposiciones concretas que permitían iniciar las necesarias consultas de carácter político y administrativo que requería este tipo de iniciativa para su formal promulgación (*).

En el gobierno siguiente (1979-1984), presido por el Dr. Luis Herrera Campíns se formula el VI Plan de la Nación, en el cual se desarrolla aún más el tema de la comunicación. Se mantiene la idea de crear el CONSEJO, pero tampoco se llega en este período a la concreción final de la idea.

La creación de consejos nacionales tiene dentro de nuestra realidad administrativa y política una importancia vital, que en cierta forma no ha sido felizmente comprendida y concretada en hechos por algunos de ellos. Dentro de nuestra idiosincracia estos consejos nacionales se conforman por disposición del ciudadano Presidente de la República, con el propósito de que a la más alta instancia el Estado venezolano disponga del asesoramiento y consulta necesarios para la formulación y seguimiento de políticas y programas en un respectivo sector o área. Así entendidos estos consejos, observamos, sólo a título de ejemplo, que dentro de nuestro sistema administrativo y con una concepción eminentemente democrática, existe un Consejo Nacional de Salud, un Consejo Nacional de Seguridad y Defensa, un Consejo Nacional de Energía Nuclear, un Consejo Nacional de Educación y otros varios cuyas encomiendas y responsabilidades se encuentran a nivel de consultoría, asesoría y formulación de políticas a nivel del Poder Ejecutivo.

Por el papel de asesores y consultores —y reiterando— por la naturaleza eminentemente colegiada de todo consejo nacional, nuestro sistema jurídico administrativo sugiere como oportuno y viable que para una eficiente operatividad de los mismos, estos deben ser creados vía decreto presidencial. De esta forma la variada, interdisciplinaria e intersectorial representatividad que obligatoriamente debe reflejar un consejo nacional, queda vinculada convenientemente con el Poder Ejecutivo, administrador y responsable directo del presupuesto nacional y expresión de la acción ejecutiva que tiene nuestra forma de gobierno.

La vía legislativa (Congreso de la República) es otra alternativa para la creación de consejos

(*) Parte de este trabajo actualiza documentos elaborados en esa oportunidad.

nacionales. Pero ella es recomendable sólo cuando se le asigna al ente la función administradora y ejecutora de presupuestos y líneas de acción de alcance nacional. Cuando ello ocurre se le está otorgando una responsabilidad ejecutiva, totalmente diferente de la función asesora y consultiva que como ente colegiado debe tener frente a quien en definitiva formula y decreta políticas nacionales como el propio Poder Ejecutivo. Ejemplos de lo dicho pueden ser el Consejo Nacional de Universidades y el Consejo de la Judicatura. Pensamos que la vía Poder Legislativo en cierta forma toma para el ente creado la responsabilidad que anteriormente correspondía al Poder Ejecutivo. Y al tratar el tema de la comunicación social, sabemos que esto conllevaría de inmediato una franca contradicción con quienes de hecho y por mandato legal tienen la responsabilidad de administrar los medios de comunicación en el país.

Como ya es de todos conocido y aceptado, la realidad de los medios de comunicación en el país conjuga hoy una gran gama de intereses, amén del nuevo y cada vez más importante grupo de instituciones que con un carácter emergente quieren participar en el fenómeno comunicacional, justificando su interés y acción en la vigencia misma del sistema democrático.

Desde el gobierno del Presidente Carlos Andrés Pérez el Estado venezolano ha venido tomando una serie de decisiones que en su conjunto vienen a demostrar la gran importancia que se le está dando al sector de las comunicaciones sociales. Estas decisiones, además de demostrar una clara intención democrática y un concepto profesional de la información, permiten deducir que acciones de igual trascendencia continuarán siendo tomadas.

Hoy el país dispone de cualquier expresión de alta tecnología existente en el mundo en cuanto a medios masivos se refiere. Aquí hemos llegado inclusive a sufrir los rigores de invasiones tecnológicas ante las cuales nada podemos hacer por falta de bien de jurisprudencia, bien de capacidad administrativa. Las inversiones de recursos financieros en el sub-sector con cuantiosas, tal vez las más altas per cápita en toda la región latinoamericana. La radiodifusión, la televisión y la prensa escrita prácticamente cubren todo el territorio nacional. Venezuela, igualmente, dispone de valiosísimos recursos humanos en la materia, tanto para la producción de mensajes como para la operatividad de los medios. Venezuela es una de las naciones donde los profesionales que operan en el sector tienden a agremiarse en sindicatos y colegios,

respondiendo muy adecuadamente a nuestra idiosincracia. Los empresarios y propietarios también constituyen agremiaciones con una cuota importante de representatividad dentro de todo el sector privado nacional. Ambos tipos de asociaciones con reconocida influencia en la opinión pública nacional. La investigación, por su parte, hace cada vez más importantes aportes para entender todo el fenómeno comunicacional que nos viene del exterior así como el que ocurre dentro del propio país. Los sectores políticos y el gobierno mismo cada día sienten más los rigores y dictámenes, tanto favorables como negativos de la denominada opinión pública.

Por otra parte, la aplicación de políticas nacionales en el área de la comunicación aparentemente son un imperativo de nuestros días, tanto por el desarrollo de la tecnología involucrada como por la realidad socio-económica que vive la nación. La información, sabemos, puede y debe coadyuvar directamente a resolver a menor costo y mayor efectividad serios y graves problemas de orden educativo, participativo y social. La información y comunicación masiva son instrumentos de gran valor al trabajar conjuntamente con otros sectores del proceso de desarrollo nacional, especialmente en lo relativo al mejoramiento de la educación, la desconcentración industrial, la prestación de los servicios públicos, la protección del medio ambiente, el mejoramiento de la salud, el fortalecimiento de la identidad y la soberanía nacional, el aprovechamiento de las fuentes de trabajo y de los diversos procesos de integración y solidaridad internacional.

Asimismo, la evolución institucional del país está exigiendo cambios en las estructuras, procedimientos, métodos y en los instrumentos legales que sustentan el sector de la comunicación. La constitución de un **CONSEJO NACIONAL DE LA COMUNICACION SOCIAL** sería el foro viable, democrático y eficiente para que todos los poderes públicos, y las fuerzas más representativas e involucradas en el sector puedan conjugar y unir esfuerzos para que la libertad de expresión, el derecho a la información, la participación, el derecho a réplica, el respeto a la vida privada, la desconcentración geográfica y la tenencia no monopolítica que exige todo sistema democrático, sean temas debidamente debatidos, actualizados e incorporados a nuestra forma institucional de vivir.

Todos estos fenómenos de carácter colectivo nos hacen ser muy propios. Muy venezolanos. Y para expresar esa realidad no tenemos por qué copiar experiencias foráneas, sean éstas del este

y oeste, del norte o sur. Tampoco es necesario construir estructuras abstractas que en nada tendrían adaptabilidad y capacidad operativa dentro de nuestra sociedad.

En forma resumida, estimo que el fenómeno comunicacional del país, entendido básicamente como todo lo inherente a la existencia de los medios de comunicación masivos y a las diversas expresiones técnicas de la información y la comunicación, pueden quedar resumidos en los siguientes estados:

- A) En cuanto a la **obligación de promover y formular una política** coherente y nacional.
 - El Poder Ejecutivo en representación del Estado venezolano.
- B) En cuanto a una **participación directa en esta formulación y administración** de sus programas y actividades:
 - Sector de la Administración Pública
 - Sector de empresas y propietarios privados
 - Sector cultural
 - Sector académico y de investigación
 - Sector laboral



— Sector de la comunidad organizada

Esta consideración, así como todas aquellas de carácter político, legal y profesional que puedan desprenderse de los argumentos antes expuestos, son los que permiten sugerir que NUESTRO PAIS DISPONE YA DE UNA REALIDAD COMUNICACIONAL QUE TANTO AL SECTOR PUBLICO COMO AL PRIVADO TANTO A PROPIETARIOS COMO A TRABAJADORES, TANTO A EMISORES COMO A RECEPTORES, TANTO POR LA SALUD MISMA DE LA TECNOLOGIA COMO POR LA CONVENIENCIA DEL PROPIO MENSAJE, EXIGE SEA CREADO Y ENTRE EN FUNCIONAMIENTO UN CONSEJO NACIONAL DE COMUNICACION SOCIAL.

Cumpliendo una de las resoluciones que la V Convención Nacional de Periodistas aprobó (ver Informe Final, Comisión 2, Resoluciones 17 y 20; Comisión 3, Resoluciones Nos. 1 y 2), estas páginas pudieran servir como un aporte al Poder Ejecutivo para que se concrete la creación de un CONSEJO NACIONAL DE COMUNICACION SOCIAL.

Esta propuesta se puede resumir en el anteproyecto siguiente:

CONSIDERANDO

Que es deber del Estado formular políticas nacionales en todos los sectores de la vida económica y social del país, en concordancia con los principios de participación democrática que definen nuestra sociedad;

CONSIDERANDO

Que el desarrollo de una sociedad democrática depende en gran medida de la existencia y fortalecimiento de los principios, deberes y derechos relativos a la comunicación social libre y participativa;

CONSIDERANDO

Que la incorporación del sector de la comunicación social en el proceso de formulación e implementación de los planes nacionales de desarrollo permite racionalizar las vinculaciones entre el Estado, las fuerzas de la producción y la base social;

CONSIDERANDO

Que los medios de comunicación social son parte fundamental de la realidad económica y

social del país, ya que promueven innovaciones, ejercen influencia creciente sobre el comportamiento social e individual de la población y ayudan en la transmisión de los valores que configuran la identidad nacional;

CONSIDERANDO

Que es necesario definir un Sistema Nacional de Comunicación Social que habrá de ejecutar la política informativa del Estado y la necesaria concertación con el sector privado, para lo cual es preciso crear un organismo consultivo y asesor en el cual estén representados los organismos e instituciones más directamente relacionados con los procesos de comunicación social del país, a fin de establecer las bases de concertación que permitan integrar dicho Sistema.

DECRETA

ARTICULO 1o.: Se crea el Consejo Nacional de Comunicación Social, como organismo consultivo y asesor de la Presidencia de la República, el cual tendrá por objeto asesorar al Poder Ejecutivo en lo relativo a la definición de una Política Nacional de Comunicación Social.

ARTICULO 2o. Como organismo consultivo y asesor, el Consejo Nacional de Comunicación Social asistirá al Poder Ejecutivo en la formulación de los lineamientos generales de la política informativa del Estado y sus relaciones con el sector privado; en conocer y sugerir alternativas sobre los procesos y niveles de enseñanza, entrenamiento e investigación que se requieren en el sector de la comunicación; en estudiar y opinar sobre políticas tendientes a estimular e incentivar el desarrollo de los medios de comunicación en el país; en asesorar y consultar los proyectos legislativos y jurídicos necesarios para atender las necesidades de los diversos medios y expresiones de la comunicación social dentro de nuestra sociedad que sean sometidos a su consideración; y en conocer y hacer recomendaciones sobre las inversiones que se requieren hacer en este sector así como sobre las innovaciones tecnológicas que ocurran.

ARTICULO 3o. El Consejo Nacional de Comunicación Social estará integrado por el Ministro de Información y Turismo*, quien lo presidirá, el Director General de Información del Ministerio de Información y Turismo; el Director General del Ministerio de Educación; el Direc-

*Hoy Oficina Central de Información

tor de Telecomunicaciones del Ministerio de Transporte y Comunicaciones; el Director General Sectorial, Social y Cultural de la Oficina Central de Coordinación y Planificación, **COR-DIPLAN**; el Director de la Oficina Sectorial de Planificación y Presupuesto del Ministerio de Información y Turismo; el Presidente del Consejo Nacional de la Cultura; el Director de la Oficina Nacional de Cinematografía; el Presidente del Sistema Nacional de Servicios de Biblioteca e Información Humanística, Científica y Tecnológica; un miembro designado por el Consejo Nacional de Universidades, en representación de los centros superiores de enseñanza e investigación existentes en el país; el Presidente del Colegio Nacional de Periodistas; el Presidente del Bloque de Prensa Venezolano; el Secretario General del Sindicato Nacional de Trabajadores de la Prensa; el Secretario General del Sindicato de Trabajadores de Radio, Teatro, Cine, Televisión y Afines; el Presidente de la Cámara de la Industria de la Radiodifusión; el Presidente de la Cámara de Televisión; el Presidente de la empresa Venezolana de Televisión; el Presidente de la Asociación de Relacionistas de Venezuela; el Presidente de la Federación Venezolana de Agencias de Publicidad; el Presidente de la Federación de Asociaciones de Comunidades, **FACUR**; y el Secretario Ejecutivo designado según el Artículo 5o. del presente decreto.

UNICO: Los miembros principales del Consejo Nacional de Comunicación Social tendrán sus respectivos suplentes; los cuales se designarán en la misma oportunidad que éstos.

ARTICULO 4o. Los miembros del Consejo Nacional de Comunicación Social ejercerán sus funciones con carácter ad-honorem y mientras desempeñen el cargo titular del organismo o institución al cual representan.

ARTICULO 5o. El Presidente del Consejo Nacional de Comunicación Social tendrá las siguientes atribuciones:

- a) Elevar a la consideración del Presidente de la República los acuerdos y opiniones del Consejo.
- b) Constituir las comisiones, comités técnicos o unidades de trabajo a que se refiere el Artículo 10o. de este Decreto.
- c) Convocar a las reuniones del Consejo a los organismos o personas que juzgue conveniente.
- d) Designar el Secretario Ejecutivo del Consejo.

ARTICULO 6o. El Presidente del Consejo podrá solicitar de los organismos del Poder Ejecutivo el personal técnico que requiera para la realización de sus labores.

ARTICULO 7o. El Consejo Nacional de Co-

municación Social se reunirá ordinariamente una vez al mes, en la fecha que al efecto determinen sus integrantes, y extraordinariamente una vez al mes, en la fecha que al efecto determinen sus integrantes, y extraordinariamente cuando sea convocado por su Presidente.

ARTICULO 8o. El quorum necesario para deliberar será de quince (15) miembros.

ARTICULO 9o. El Consejo Nacional de Comunicación Social tendrá una Secretaría Ejecutiva, adscrita al Ministerio de Información y Turismo* y dispondrá del personal necesario para el cumplimiento de sus funciones.

ARTICULO 10o. Corresponderá a la Secretaría Ejecutiva:

- a) Coordinar las actividades del Consejo y sus relaciones de trabajo con las distintas dependencias de la Administración Pública y con el sector privado.
- b) Atender los asuntos que el Consejo debe conocer en el ejercicio de sus funciones.
- c) Presentar a la consideración del Consejo un proyecto de reglamento interno para su debida aprobación.
- d) Cumplir cualquiera otra función que le asigne el reglamento interno o que le sea fijada por el Consejo.

ARTICULO 11o. El Consejo Nacional de Comunicación Social tendrá las comisiones, comités o unidades de trabajo que fueren menester para el estudio de las materias propias de su objeto, correspondiendo a la Secretaría Ejecutiva la coordinación de tales actividades.

ARTICULO 12o. Los organismos de la Administración Pública Nacional, los institutos autónomos, las empresas del Estado y demás entes de la Administración Descentralizada, así como todas las instituciones y corporaciones privadas involucradas en el desarrollo de las comunicaciones sociales en el país, prestarán al Consejo Nacional de Comunicación Social la colaboración que les fueren requerida para el mejor desempeño de sus actividades.

ARTICULO 13o. Los gastos que ocasione el funcionamiento del Consejo Nacional de Comunicación Social se harán con cargo al presupuesto del Ministerio de Información y Turismo*.

ARTICULO 14o. Los Ministros de Relaciones Interiores, Educación, Transporte y Comunicaciones, Información y Turismo*. y de la Secretaría de la Presidencia, quedan encargados de la ejecución del presente Decreto.

*Hoy Oficina Central de Información

SUBCULTURAS ACTUALES EN EL CINE JUVENIL

JUAN ARRIBAS



Como la sociología del cine no ha alcanzado todavía una madurez satisfactoria y los modernos comunicólogos no han logrado poner en orden la galaxia de Mac Luhan, todas las hipótesis sobre un medio con tan alto grado de incidencia en la creación de modelos sociales parten de los estudios estructuralistas y de las fundamentadas tesis de los Adorno, Luckman; Althusser, Tocqueville o Lazarsfeld y Shanon (1), cuyos estudios no están enfocados específicamente al cinematógrafo sino a la cultura de masas en general. El presente trabajo será más descriptivo que analítico y, consecuentemente, quedarán en él reflejadas más sugerencias que conclusiones. Pero intentaremos mostrar si el modelo cultural juvenil que ofrece el cine está realmente conectado con el rumbo social concreto de la cultura, si hay correspondencia entre cuerpo social y cuerpo cultural, y la influencia de uno en otro. Para analizar estas interrelaciones se debe partir de un paradigma operativo, cuyos niveles de significación son tres: cognitivo (información), expresivo (emocional) y normativo (ético) (2). Es el modo de analizar si la función de las películas se limita a una simple catársis o los modelos de significado, valores y contravalores, que se repiten en los films, son un elemento constitutivo del mundo social.

Sería incompleto limitar la imagen del joven en el cine al marco de la producción española. No existe en España modelo cinematográfico que acote exhaustivamente las "formas" sociales de la juventud, ni tiene suficiente capacidad para ser un vehículo generador de modelos para todas las tendencias. Y, aunque en los últimos años ha dedicado parcelas importantes a la temática juvenil —como veremos—, no conlleva el suficiente dirigismo ni poder manipulador que el cine americano, cuya colonización cultural es más evidente en los comportamientos juveniles (3).

Nos detendremos fundamentalmente en las corrientes modernas que se inician a finales de la década de los setenta; pero no podremos evitar una breve referencia a las corrientes contraculturales de la década anterior, porque influyeron decisivamente en el modelo social actual, y las modernas subculturas cinematográficas justifican su dispersión en las distintas formas de reacción contra esos valores.

I. DE LA "CULTURA DE LAS FLORES" AL "CINE DE LAS FLORES"

Rebelde sin causa (1955) y *Semilla de maldad* (1955) son dos ejemplos de anticipación al cambio cultural que se avecinaba y del que mayo del 68 sería el más claro exponente. A pesar del fracaso político-social que supone ese año, es a partir de entonces cuando el cine se integra realmente en la sociedad y los cineastas reniegan de la práctica anterior alejada de los fenómenos sociales. 1969, con *Easy rider*, *Midnight Cowboy*, *Zabrisky Point*, *Zero en conducta* y antes con *Masculin-fémenin*, *Vivir a cualquier precio* (1967), supone la verdadera eclosión del tema juvenil en el cine. Todas las cinematografías mundiales están preocupadas por el nuevo rumbo que toma la juventud en la década de los sesenta, con tanto interés que, hasta finales de los setenta, la temática juvenil del cine pone todos sus esfuerzos en dar vida a los contenidos de la Generación Beat, con los principios de "la nueva ola" como base ideológica (4).

Tres movimientos cinematográficos son el vehículo de difusión del modelo social hippy, que

Ofrecemos a nuestros lectores este trabajo del Profesor Juan Arribas (Licenciado en Ciencias de la Información (Imagen) y en Filosofía. Además de Crítico de la revista RESEÑA. Escritor cinematográfico (Madrid), acerca de las subculturas actuales en el cine juvenil. Se trata de un perfil característico de la juventud y cómo es expresado éste a través de las imágenes que proyecta el cine. Hay que acotar, que en algunos casos se hace referencia a la juventud española, pero este hecho no hace perder de vista la importancia del trabajo que presentamos.

en sus estertores finales se incorpora a las distintas variantes que surgen del rock: La "nouvelle vague" francesa, los "angry men" ingleses y el "free cinema" americano (5).

Nunca estuvo el cine tan asociado a la cultura juvenil, que puso todo su esfuerzo en difundir y potenciar socialmente la imagen contestataria de un joven que pone en jaque a todas las instituciones y formas de integración del sistema burgués como institucionalizador de una cultura capitalista consumista. Lucha por un sistema de libertades, que conlleva la desaparición del poder (anarquía) y por la supresión de todo dominio del hombre por el hombre. Se trata de adolescentes que llegan a la juventud bajo los auspicios ilusorios del paraíso marxista, del clima bélico del Vietnam, y que han perdido su virginidad en la hierba con los poemas de Wats, Ginsberg y con los textos de Marcuse y Sartre, y asumen con placer las emociones de la droga que predica Leary.

La frustración personal y la alienación de la sociedad de consumo se concretan en rebeldía, destructividad e inconformismo contra la razón burguesa. La huida de la sociedad urbana, el rechazo de los productos capitalistas, la búsqueda de relaciones interpersonales comunitarias, la no violencia, el amor libre y la ansiedad de revalorizar el espíritu, vibran bajo estrafalarios atuendos y largos cabellos como símbolos de protesta. Estas manifestaciones culturales hallan en el cine y el rock (6) su forma de expresión más sincera convirtiéndose en auténticos vehículos de expansión universal. Todos los jóvenes fueron en algún momento hippies, y es tal su grado de influencia que genera uniformidad de conductas como ningún otro movimiento. Gran parte del cine joven que se ofrece hasta finales de los 70 constituye una evocación sociológica de estos años. El final lo marca el sorprendente mensaje de *La Rosa* (1980), cuando todo está ya adulterado: "Os voy a decir lo que hay que hacer para mantener el mundo en forma: drogas, sexo y rock and roll", y deja consecuentemente sus huesos en el escenario. Todo está perdido. El sistema ha asimilado los símbolos —y menos, valores— de una revolución "inútil", que había abierto la primera gran brecha en el proceso de integración.

II. LAS MODERNAS SUBCULTURAS CINEMATOGRAFICAS

La derrota política de Mayo del 68 supone la estocada definitiva a los movimientos revolucionarios juveniles. En los primeros años de la nueva década aún domina el espíritu de revancha —sobre todo la juventud española— contra el poder establecido. Pero a finales de los 70 se abre una crisis, tildada de desencanto y pesimismo, que genera un nuevo tipo, el "pasota". El panorama cultural —al igual que el cinematográfico— se diluye, originando la aparición de diversas subculturas y una dispersión de gustos. Lo que realmente está en juego es la disolución de aquella cooperación unificada de protesta, que se había convertido en el modelo ideológico dominante entre la juventud. El cambio sustancial más radical consiste en luchar por sobrevivir de forma integrada, aunque no conformista, en las grandes o pequeñas organizaciones productivas o en la burocracia como única posibilidad de acceso al mercado de productos. La imposibilidad del joven para acceder a esa integración convierte la automarginación de los 60 en una marginación forzosa que toma distintos derroteros, porque nunca como ahora consumir es vivir. Esto genera en el cine juvenil una temática multiforme que responde a la multiplicidad de estructuras culturales o grupos culturales de referencia. Esta desacorde multiplicidad tiene significado, en tanto que indica que los valores de la "nueva sociedad" no se impone plenamente, sino que están obstaculizados por corrientes culturales distintas, y que el cine, por reflejarlas, contribuye a difundirlas creando las galaxias culturales y respondiendo a los deseos de un público heterogéneo.

Las salidas que la cultura cinematográfica ofrece a esta crisis juvenil adoptan varios caminos:

- 1) La prolongación de modelos pasados con connotaciones "progresistas" y pesimistas.
- 2) La introducción de modelos populares nuevos, con una visión superficial y falsa de la sociedad e intentos de saneamiento moral (fiesta y rock'n'roll) e incitación al consumo.
- 3) La negación del espíritu competitivo y exaltación de los componentes lúdico-destructivos como forma de rechazo del orden y de entender la vida.
- 4) El recurso a la droga y la violencia como necesidad individual y colectiva.
- 5) La práctica de la violencia por la violencia en sociedades de futuro.

1. Los hijos de la nueva ola o la ilusión de llegar a Yupis (7)

En los 70 se inicia una minirrevolución, cuya pretensión es introducir en la vida cotidiana los presupuestos ideológicos de la revolución cultural de los 60. Es la progresía intelectual, que hoy ronda o sobrepasa la treintena, la protagonista de esta subcultura que intenta prolongar los modelos hippies, pero sin descuidar el confort material que el progreso proporciona, dentro de las sociedades urbanas. La imposibilidad de penetrar en los resortes institucionalistas y empresariales genera frustración, indefensión, penuria y **El desencanto** (1975). Gran parte de la población juvenil-adulta se ve amenazada por el sentimiento de inutilidad social y renuncia indirectamente al bagaje cultural que se quedó en una revolución utópica, pero fueron **Sus años dorados** (1980). Estos **Tigres de papel** (1977) sólo pueden renunciar con resentimiento a **Las palabras de Max** (1980) o Marx y al psicoanálisis, y lo que realmente ansían son las andanzas de **Un pasota con corbata** (1982) que ha llegado a Yupi, o el estatus de un pianista multimillonario aunque sea para ellos demasiado **Sal gorda** (1984). La fuerte oposición que en su **Opera prima** (1980) manifiestan contra todo aquello que les recuerde su pasado, no va más allá de su discurso verbal, porque su acción denota aquella influencia, el descontento presente y una decadencia generacional, con un horizonte en el que "todo parece gris y sombrío, como cuando la penumbra de la tarde amortaja la tierra" (8), es su fin. Porque de este profundo pesimismo no les saca la vitalidad contagiosa de la lolita de turno, ellos van **A contratiempo** (1982), ni el enfrentarse **Cuerpo a Cuerpo** (1983) a generaciones más jóvenes, ni viajando a **La última estación** (1983), porque para ellos no llegará el verano, sino un tren de contradicciones, y ni los falsos ecologismos paliarán su **Estoy en crisis** (1982), y **El poderoso influjo de la luna** (1981) tampoco.

La imagen del joven de estos films es incapaz de transmitir modelos de comportamiento. Están dominados por situaciones fatalistas, pesimismo generacional y practican la moral del hombre medio: se rechazan los altos ideales, se excluyen y caricaturiza al héroe de grandes gestas, y su situación socio-personal a la que han sido abocados desprende conformismo, o incapacidad actual de salir de ella, sin la posibilidad de una acción político-social eficaz, que sería la alternativa. Su capacidad de influencia en las generaciones más jóvenes es nula, porque son incapaces de descifrar esos mensajes (9), que quedan exclusivamente como fiel reflejo de una nación narcisista, que se consideró revolucionaria, y que encuentra en esas imágenes su catarsis, sin poderse proyectar en ella aquéllos que no sean sus **Vecinos** (1981); y pretender ser **El hombre de moda** (1980) es un atrevimiento. Estos films cuentan historias *prêt-à-porter* carentes de una doctrina personal, y el único modelo cultural que transmiten se limita al campo de las relaciones interpersonales, concretadas en la libertad sexual, intercambio de parejas o parejas abiertas—**Pares y nones** (1983), **Entre paréntesis** (1983). **Tres en raya** (1983) y otras ya citadas— pero teniendo que soportar fuertes traumas, cuando realmente generaciones más jóvenes lo practican con indiferencia.

Una temática semejante, si bien con planteamientos más existencialistas que sociales —por

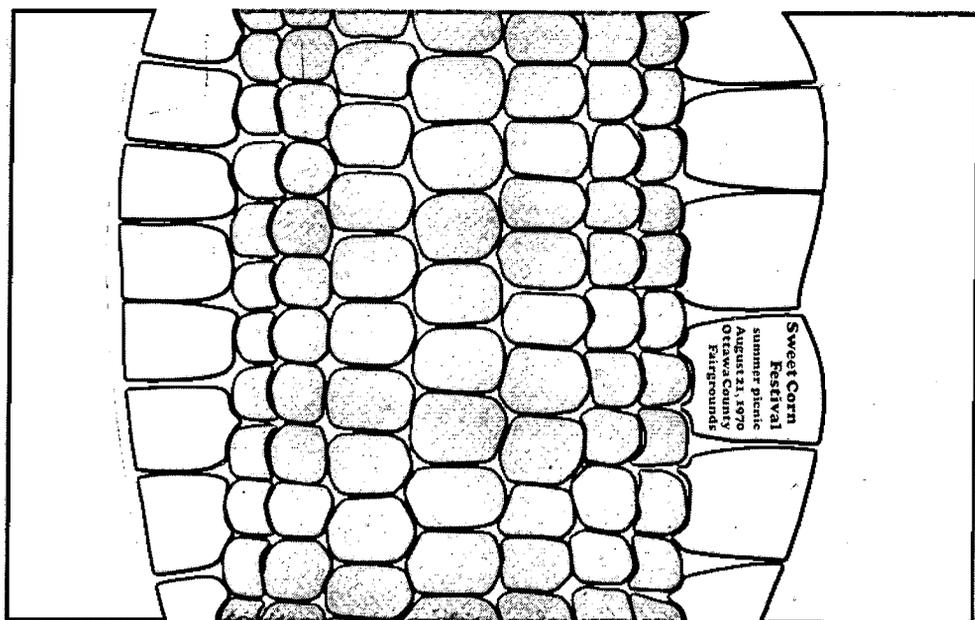
las distintas coyunturas económicas—, ofrecen las películas extranjeras como *Jonás, que tendrá 25 años en el año 2000* (1975), *Messidor* (1981), *A años luz* (1982), *Pourquoi pas* (1977), donde la alternativa que se plantea es alejarse de la sociedad de consumo como instrumento de represión y coacción de libertades. *Georgia* (1981), *El número* (1983) o *Comeback* (1982) abogan indirectamente por la esencia espiritual de los 60, y analizan la nostalgia y pérdida de rumbo de estos hijos de la nueva ola, que se enfrentan a su hibernación y su resaca. Mientras, descubren la importancia de ser un 007.

2. La subcultura popular: el hedonismo de la abundancia, o la nada

Son los hijos de la era Reagan, los nuevos embajadores de la "new american way of life", los colonizadores que proceden de la abundancia y pretenden hacernos olvidar la crisis. Tienen el gran apoyo de las multinacionales discográficas, la publicidad y el marketing. Taconean alegremente con *Fiebre del sábado noche* (1980) y endulzan sus facciones con *Brillantina* (I y II, 1981 y 82) para salir al encuentro de la chica que se resiste, pero con la seguridad del cowboy que, si no lo consigue hoy, lo logrará *Tomorrow, Tomorrow* (1982); porque es cuestión de luchar, reunir a la basca y facilitar el encuentro en un guateque *Rusky Punk'ys* (1984). Es la imagen seriada para que no olvidemos las primeras partes. Un nuevo ataque oficial de Howllywood, que sabe que sin divos difícilmente se da dirigismo cultural. Murieron los líderes, tomad nuevas estrellas. Invaden el mercado y embaucan a una buena parte de la juventud europea en fiestas, discotecas y cultura de celofán. Olvida la crisis, ved cómo se divierten nuestros jóvenes, los desmadres de nuestros colegios (*Desmadre a la americana, Desmadre en la Universidad, Class, Bad boy* —todas de estos tres últimos años—). Utilizan a los actores (Travolta) como elementos del proceso de comunicación, se convierte en vehículo estrella, la película como mero marco para que la estrella pueda ser exhibida provechosamente. Es la mejor forma de inducir al proceso de identificación (10). No es una transmisión cultural humanista: es imagen, nada que asimilar, simplemente imitar la indumentaria, el peinado, la manera de besar. Pero no es una mera influencia, sino el poder manipulador de los medios de comunicación de masas como introductores de conductas y modas (11).

El poder de penetración de estos films afecta exclusivamente —pero es un público joven mayoritario— a estratos sociales desarraigados, a quienes no se consideran élites culturales ni protagonistas de ideologías. Y es alarmante, porque no existe relación entre los valores y las creencias, plasmadas en estas películas, y los de la sociedad. Tienen a crear modelos consumistas y atienden únicamente a la necesidad de catarsis, de extroversión, de diversión y a la eficacia de los valores ampliamente aceptados. Y lo logran, porque sitúan su mensaje a un nivel realista y cotidiano que favorece la imitación. La nada vendrá después, cuando el usufructuario se dé cuenta de que ha sido aislado durante hora y media de sus concretas dimensiones socio-temporales, y que esa sociedad de la abundancia y de lujosos automóviles no le corresponde, y las discotecas de su ciudad no tienen tanto neón como las de *Staying Alive* (1983).

El peso emocional de estos films descansa en el héroe individual, aunque las implicaciones morales de los argumentos afectan a la colectividad (*Footloose* 1984), subrayando el valor de las comunidades y el compañerismo contra el individualismo; por eso, a veces, se impide que el héroe sobresalga demasiado (*Rollerball* 1975) porque no es propio de una sociedad igualitaria. Es el cine más claramente manipulador de sentimientos, optimista, y dirigido a crear modelos de conducta, lo que implica una victoria sobre las fuerzas del mal: no existe conflicto moral y social que no pueda ser reparado o superado dentro de las normas sociales vigentes, Ir a perderlo y



perdise (1984).

Su éxito radica en la capacidad de transmitir sueños: a) A una nación proletaria se le muestran modelos de una América opulenta, esa capacidad de consumo sólo puede ser soñada. b) Los valores —condiciones— de sacrificio y lucha en que está inserto el joven español son reemplazados por la celebración de acontecimientos lúdicos. c) Mitos como los de trabajo y educación humanista de la cultura occidental —recordamos la película italiana *Padre, Padrón* (1972)— son desplazados por los de hedonismo y libre de expansión de la afectividad interindividual.

Esta imagen del joven, que integra “moralidad” y placer, fidelidad y, libertad erótica, propone modelos hedonistas no destructores del orden social, y, por tanto, asimilables fácilmente por el comportamiento concreto. Y están destinados a equilibrar, en una convivencia no excesivamente problemática, las tendencias positivamente afectivas (amor, amistad, altruismo) con las tendencias agresivas y competitivas. Y este equilibrio, necesario en una estructura social para su mantenimiento, convierte esos valores en criterios de seguridad para las masas, que están excluidas de las carreras y de los éxitos profesionales. Las hamburguesas están a nuestro alcance, pero el tiempo libre y ese “savoir vivre” están más caros aquí.

3. Perdidos en el laberinto: la moda de la negociación

El cambio generacional más convulsiónador y radical se inicia en Inglaterra a mediados de los 70 con la aparición del fenómeno Punk y la New Wave. Considerados como la otra cara de la cultura de las flores y del rock, se presenta como una alternativa cultural que no tarda en conquistar prosélitos. Surge como “una reacción contra los dementes que dejó tras de sí aquella oleada revolucionaria (Punk, en inglés, significa “sucio”, “asqueroso”).

De los espacios abiertos al laberinto urbano, de la imaginación del poder a la imaginación al vestir, del principio de necesidad al principio de placer. Tanto el cine como las revistas especializadas constituyen el vehículo de difusión de este fenómeno inicialmente musical, concretizado en un rock electrizante y aintelectual. Los Sex Pistols iniciaron en 1975 el movimiento, con sus dos primeras canciones "No future" y "God save the Queen", que automáticamente se convertía en la película *The Great Rock and Roll Swindle* protagonizada por ellos mismos. A partir de esto, Londres supuso un lugar de peregrinación para muchos jóvenes españoles, que volvían al paseo de Recoletos y a las salas de baile con cabellos multicolores y vetustos ropajes negros —importados o del baúl de la abuela.

Es un fenómeno urbano, que no va más allá de las grandes ciudades, pero lo suficientemente arraigado como para producir un modelo cultural que acapara los medios de comunicación de masas (música, emisoras de radio y revistas especializadas), también el cine —cuyo proceso de producción es más lento, y por tanto menor—. Consecuentemente, en España ha tenido más proyección como fenómeno musical que cinematográfico. Nos sorprendió *Pepi, Luci, Boom y otras chicas del montón* (1982) y un *Laberinto de pasiones* (1982) ambas de Pedro Almodóvar, que se ocuparía personalmente, y asociado a McNamara, Alaska y otros, de promocionar la imagen por las salas de actuaciones musicales. Gracias a esto se han podido exhibir posteriormente otras películas con gran aceptación de público, ya incondicionales del Punk y de la New Wave. *Radio On* (1979), *Cielo líquido* (1982), *Perfomance* (1970), *Unión City* (1979), *Caído del cielo* (1975).

Se puede extraer de estos films la imagen de una juventud nihilista, pero sólo en tanto que consideremos a este movimiento cultural como fenómeno desideologizado, que practica el autorrechazo y la autodegradación, pero también es "un intento de abofetear a la gente para que descubran realmente cuál es la vida que llevan y hacerles pensar" (12). Podríamos llamarla cultura excelente, en cuanto surgen de la tensión provocada por la inadecuación entre la cultura establecida y las nuevas formas sociales surgentes. El cuestionamiento definitivo de algunos valores tradicionales (familia, sexo, consecución de libertades), provoca una desorientación y una reacción contra todo: El punk es la negación, la negación de todo, de todo orden y valor. Su signo es el de rebeldía, incluido todo el permisivo sistema de libertades, conquistado por la lucha de otras generaciones: La libertad sexual, el sexo, pasa a ocupar un segundo lugar, lo que les permite romper tabúes, jugar y trivializar desde la ninfomanía al incesto (*Laberinto de pasiones*) o de la androginia a la homosexualidad (*Cielo líquido*, *Perfomance*) o destruir los tradicionales roles de la pareja de la forma más simple (*A Tope*) o de la familia (*Caído del cielo*), porque las relaciones de parejas llegan a ocupar un lugar tan secundario que carecen de importancia. Rechazan las drogas —como otra intromisión en el sistema de ideologías pasadas— y sólo aceptan anfetaminas o heroína, que no producen movimiento intelectual, sino actividad desenfundada o pasividad letal (*Cielo líquido*).

Asimilar estas conductas, para lograr una exploración cognoscitiva y emocional del mundo distinta, requiere un alto grado de inversión psicológica. Esto es lo que produce el rechazo del público oficialista y genera el temor al cambio cualitativo de la sociedad. Esas actitudes conllevarían una pérdida de la identidad, porque no ofrecen una alternativa; son una negación de la persona misma, que pasa a ser exclusivamente conducta. De aquí que lo importante para ellos sea la forma, la imagen, y en ella reside la fundamental agresión al sistema: maquillaje, pose, gestos: narcisismo y exhibicionismo. Esto es lo que asimila el joven, como moda. Oscar Wilde decía que la moda proporcionaba más seguridad que la que la religión podría dar. Es una subcultura que contará en la presente década, porque se presenta como una alternativa claramente diferenciada,

aunque sea a nivel formal.

4. El último viaje por el laberinto urbano

Es muy difícil que la violencia juvenil, mostrada en las pantallas, no recuerde rostros conocidos simulados bajo el disfraz de actor. Ver hoy un film "violento" equivale a buscar inconscientemente analogías y correspondencias con una realidad que nos envuelve. Dos tipos de violencia aparecen en las películas: a) la violencia "documentalista"; que, presentada como tradicionales films de aventuras, evoca directamente consecuencias de orden económico y se manifiesta indirectamente como una respuesta al orden político y social, b) una segunda, que extrae el tema del contexto social y político, proyectándolo hacia sociedades utópicas, ubicadas en un futuro apocalíptico.

Trataremos aquí las primeras y las segundas en el siguiente capítulo. Es incuestionable que la coyuntura actual socio-económica —insuficiente oferta laboral— acentúa esta violencia de forma especial, al impedir las posibilidades de desarrollo vital del joven y su integración social. Es un fenómeno general de las grandes metrópolis — y éste es el escenario de los films—, donde los jóvenes se incorporan a la vida y al sexo a edades muy tempranas. Esta subcultura violenta de las grandes urbes es provocada por jóvenes que no tienen sitio para crecer, están en paro y viven a salto de mata. El único medio para satisfacer sus deseos y necesidades que provoca la sociedad de consumo es atracar para obtener dinero, o drogarse para paliar deseos; ambos casos siguen la propiedad conmutativa, y su síntesis, la violencia. El atraco como forma de encontrar sentido al ocio, y la droga con método para encontrar sentido al ocio —la nueva alienación del neocapitalismo— o sentido a su desesperante vida, y no para sumergirse en nuevas sensaciones y explorar el mundo interior, por eso les conduce a la muerte.

Tal es el panorama que se puede extraer los desarrapados protagonistas de *Perros callejeros* (1978), *Navajeros* (1980), *Colegas* (1982), *El Pico* (1983), *Deprisa, deprisa* (1981) *Maravillas* (1981), *Nieve* (1982), *Cristina F.* (1982), *Barcelona Sur* (1981).

Esta situación viene acentuada por la destrucción familiar o inexistencia de la misma (*Cristina F.*, *Maravillas*, *Nieve*, *Deprisa, deprisa*) que añade a la marginación social la falta de un proceso de socialización primario. En otras (*Colegas*, *El Pico*, *Navajeros*), llegan a ella por la coyuntura social específica en que crecen, relaciones de barrio y de pandilla. La pandilla se convierte en un sistema de relación interpersonal esencial. En ella encuentra el joven la afectividad que no le ofrece la familia, llegando a establecer lazos de amistad y solidaridad más fuertes que ninguna otra subcultura. No es una amistad profunda, sino una amistad de oficio, desarrollada a lo largo de unas rutinas compartidas —*Rebeldes* (1984), *The Warriors* (1979), *Colegas*, *Deprisa, deprisa*, *El Pico*—, pero que llega hasta las últimas consecuencias, arriesgar la propia vida o perder la libertad.

Son conscientes de su infracción a la ley, que son carne de "maco" y de muerte, pero no tienen alternativa. Su ir y venir por el laberinto urbano para encontrar "algo" que calme "el mono" les conduce irremisiblemente a la prostitución homo y hetero, al trapicheo, al atraco y dejar sus huesos colgados de una jeringuilla entre azulejos cutres de un lavabo público. Viven "deprisa, deprisa", intensamente, el presente constante, porque saben que cualquier "movida callejera" puede ser su último viaje. No existen normas, ni arrepentimiento moral, la infracción no causa traumas, en su oficio. La lección de ética que obtiene el espectador viene dada por las consecuencias últimas: la muerte. En este sentido se convierte en un manifiesto aleccionador, porque son el fiel reflejo de una parcela de la realidad, y a ella —ellos— van dirigidas las imáge-

nes. Son jóvenes a los que la cámara mima y trata con cariño, o con la conmisericación que su situación inspira. No son presentados claramente como delincuentes, sino como víctimas de la actual estructura socio-económica. Su conducta es una aventura desafiante que puede estimular la imitación (13), pero también el arrepentimiento. En la terminología marxista, serían un producto peligroso, porque como producto cultural no constituye un mero reflejo de la sociedad, sino que se integra en ella de un modo mediatizado e indirecto.

Estas imágenes repiten un modelo social en términos dramáticos, que al adolescente encuentra en la calle, porque la violencia ha pasado a ser una parte integrante de nuestras culturas occidentales. Este modelo de joven es el más duro fracaso del sistema; son los que realmente están "sentados al amanecer con los pies colgando", y pueden ser un potencial a engrosar.

5. Nuevos bárbaros en los planetas de nadie.

La Naranja mecánica (1971) fue una anticipación burlesca de la violencia irracional que nos dará el actual sistema en una sociedad futurista y absurda. Es la violencia por la violencia, que bárbara o criminal, permite la evasión de un mundo absurdo y condenado.

El cine es, ante todo, una mercancía sometida a las leyes de mercado y, en segundo lugar, un instrumento de concienciación socio-política. Inversión americana del leninismo. Ambas cosas se nos ofrecen por decisión tajante de las computadoras yankees. Han calculado los gustos —o tienen el poder para crearlos— por IBM. Quieren dar respuesta a la "fantasía colectiva" de la juventud y nos ofrecen alimento, que manifiesta lo que puede hacer su poderío, y también nos conciencian del porvenir que depara una guerra nuclear. "Jóvenes, no seáis malos, o ya veis". El robot de creación de mercados debe saber, a pesar de su falta de cultura humanista, que "la búsqueda de las sensaciones mismas sólo llega a ser un móvil continuo cuando la sensibilidad y la



emotividad disminuyen, y que al empobrecimiento vital y a la disminución de la capacidad de desear corresponde a menudo la búsqueda cada vez más técnica y sofisticada de las sensaciones" (14). Esta es la situación anímica de muchos jóvenes, y a ellos van dirigidos estos productos, y jóvenes son los protagonistas.

Inundan las pantallas de efectos especiales, de cautivadores videojuegos (*Tron*), de estereotipos del comic (*Mad Max*, el guerrero de la carretera I y II -1982-) de pandillas de psicópatas (*Escape de Nueva York*) deambulando por ruinas de metrópolis, basureros nucleares, por desiertos (*Mad Max*) bien asistidos de potentes motos o máquinas infernales (*Calles de fuego*) y devorándose en crueles peleas y persecuciones, sin dejar un solo mechón de sus multicolores restos de post-punk. Así se atiende a las necesidades emocionales de veinteañeros ávidos de excitación. Angeles del infierno, Exterminadores del año 2020, habitantes de planetas de nadie, antropomorfos extraños, producto de una catástrofe y no de una evolución. Planetas sin leyes ni moral, barbarie con rostro humano.

El poder cautivador lo proporciona la técnica, el lenguaje publicitario, la cibernética, los efectos visuales y los fetiches tecnológicos manejados con destreza por los protagonistas. Pero se nutren de un pesimismo colectivo, motivado por la crisis económica y la amenaza de una destrucción nuclear. Se dirigen especialmente a jóvenes, educados bajo estos síntomas y estancados en su orientación cultural al no encontrar una escala de valores adecuada. Son modelos negativos, en tanto que potencian los esquemas autodestructivos y alientan la imaginación por la vía catastrofista. Niegan la posibilidad de alternativa, presentando sólo los efectos de la violencia y no sus causas. Manifiestan abiertamente una intención totalitaria con la absorción del individuo por el medio, con el predominio de la técnica sobre el espíritu, la institucionalización de la violencia por la violencia, y la mecanización de las relaciones humanas.

Son films de anticipación que constituyen una premonición, pero no una situación necesariamente real, que en último caso depende del gobernante que pulse el botón rojo; y, entonces, no hemos de cuestionarnos si la moral humana está dando —a juzgar por esas conductas— sus últimos coletazos, sino sobre la ética del gobernante de turno. Yo, tras visionar esas imágenes, prefiero un planeta para mí solo.

CONCLUSION

La extracción de conclusiones depende en definitiva del punto referencial que se adopte. Existe una relación entre los valores y creencias plasmados en los films y los valores y creencias de la sociedad juvenil, dando formas concretas a intereses y direcciones culturales. Las cinco subculturas analizadas muestran un común rechazo a los valores de las revoluciones de los 60, que confirman un claro cambio generacional, y un desarraigo del mundo de los adultos y de sus intereses, que se concretan en:

- una ausencia de relaciones familiares tradicionales,
- una profunda marginación como consecuencia de las estructuras socioeconómicas e ideológicas (manejadas por los adultos),
- tendencias hacia el consumo y formas de vida hedonistas,
- relegación de la sexualidad del sistema tradicional a un segundo plano,
- mayor sencillez en las relaciones humanas, sin trascendentalismos humanistas,
- aumento de la delincuencia, como medio para conseguir bienes negados por el sistema.
- pérdida de la identidad, por derrumbamiento del sistema tradicional de creencias,
- ansiedad y búsqueda desorientada (que algunos sociólogos van en ello la coyuntura adecuada

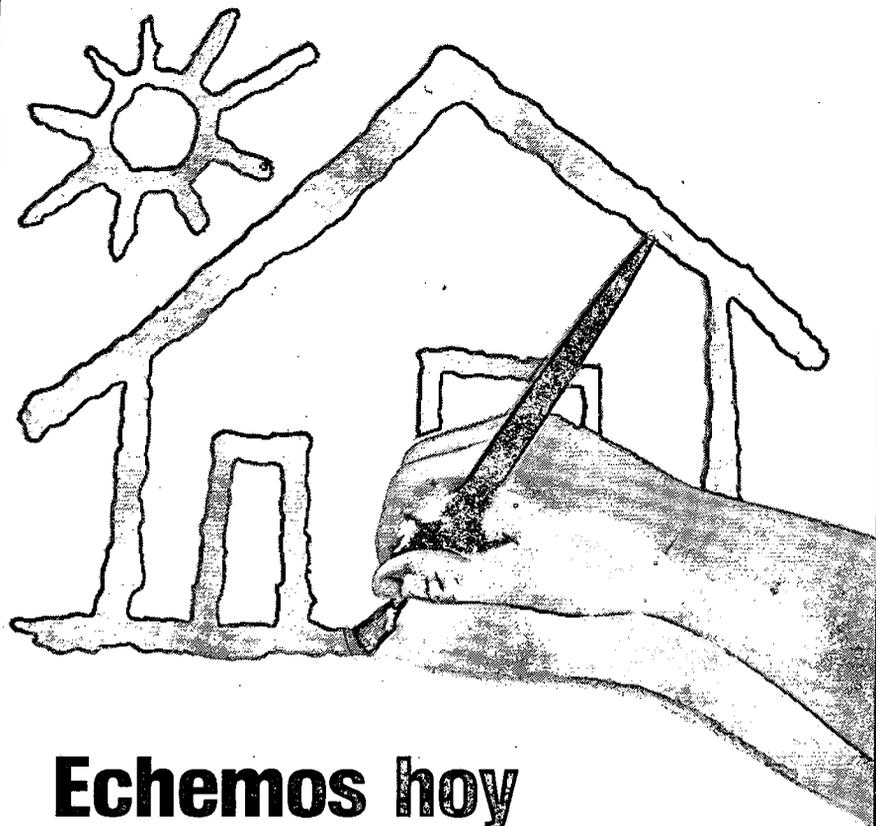
para la implantación de ideologías totalitarias).

El panorama cinematográfico no nos muestra una imagen alentadora, pero tampoco lo es de la sociedad actual, y "el cine no es culpable de los pecados de la sociedad, los culpables somos nosotros" (15), a pesar de su gran poder de fascinación.

NOTAS

- (1) F. Rositi, en **Historia y teoría de la cultura de masas** (Edit. Gustavo Gili, Barcelona 1980) expone las dificultades y los esfuerzos de estos autores para proponer una teoría sociológica con validez definitiva.
La obra de los propios autores citados en la bibliografía no deja de ser un estudio.
- (2) A. TUDOR, **Cine y comunicación social**. Edit. Gustavo Gili, Barcelona 1975.
- (3) Las películas afectan realmente al público joven en los siguientes aspectos: como instrumento de educación, poder insólito para impartir información, para influir en actitudes específicas hacia objetos de valor social, para afectar profundamente a los modelos de conducta.
- (4) R. GUBERN. **Historia del Cine**, Edit. Lumen, Barcelona 1973 (dos volúmenes).
- (5) Además de las películas citadas son significativas para el estudio de esta etapa **Jules et Jim** (1971). **La vallée** (1972). **Family life** (1972). **El ingenuo salvaje** (1962). **Vivir a cualquier precio** (1967), **Tatuaje** (1967), **Bonnie and Clyde** (1967), **Malas tierras** (1973). **Generación perdida** (1979).
- (6) Janis Joplin, Brian JONES, Jim MORRISON, Jimi HENDRIX . . . fueron ídolos que lucharon hasta el límite de sus fuerzas por encontrar una música que expresara la renovadora vibración de su tiempo, podrían ser los protagonistas de las grandes concentraciones revolucionarias que convocaban los festivales de Woodstock, Nashville, Monterrey y pop (todas ellas películas).
- (7) YUPI (Young Urbane Professional): Es el joven procedente de la contracultura que ha logrado un status social que le permite convivir integrado en el sistema comunista, en contradicción con los valores de la cultura hippy.
- (8) El protagonista de **Tigres de Papel**.
- (9) "Los procesos de proyección y de identificación entre el receptor y los personajes ficticios del mensaje no pueden producirse si el receptor del mensaje no comprende cabalmente y las motivaciones correlativas en los personajes ficticios, y por lo tanto no encuentran base psicológica para adherirse sentimentalmente a las vivencias". (R. GUBERN, **Mensaje icónicos en la cultura de masas**. Edit. Lumen, Barcelona 1974).
- (10) Edgar MORIN, **Las Star. Servidumbres y mitos**, Dopesa, Barcelona 1972. En la figura del divo queda reforzado este proceso de identificación, y produce autoidentificación consciente, afinidad emocional, idealización, idolación, admiración de modas, estilos e imitación.
- (11) Influencia del cine en la moda: El Cheving-gum, el Charleston, el Rock and roll, el blue-jeans, las bermudas, et t-shirt, el bikini, la cultura hippy (Margarite Rivière, "**La moda, ¿comunicación o incomunicación?**" Edit. Gustavo Gili, Barcelona 1977).
- (12) Julien TEMPLE, director de la película **Dios salve a la reina**.
- (13) En el film **El Pico** la última conversación entre el padre (guardia civil) y el hijo (drogadicto que ha asesinado) se desarrolla en estos términos.
Padre: (con el tricornio entre sus manos y un paquete de heroína dentro) "¿Es posible que esto pueda destrozar una vida?"
Hijo: "Te refieres a la droga al tricornio?"
- (14) X. RUBERT DE VENTOS, **Moral y Nueva cultura**, Alianza Edit. Madrid 1971.





Echemos hoy las bases del futuro...

Con esfuerzo constructivo cimentemos el futuro edificante que todos merecemos.
Futuro fundado en soluciones, respondiendo con perseverancia a todos los retos del presente.



EDICIONES EN OFERTA ESPECIAL

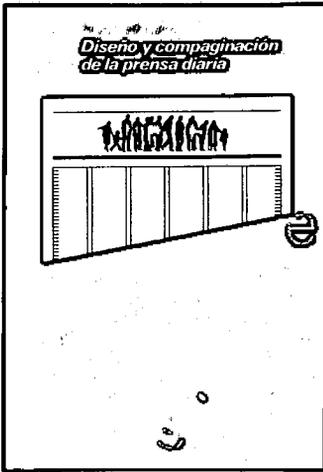
**¡OPORTUNIDAD UNICA PARA COMUNICADORES, PERIODISTAS,
POLITICOS, EDUCADORES . . . INTERESADOS EN LAS COMUNI-
CACIONES MODERNAS!**

- ¡ 27 números monográficos de Comunicación por sólo 250 bolívares!
- 2.600 páginas que recogen los estudios, documentos y comentarios de todos los fenómenos más importantes de la comunicación social en Venezuela y América Latina!
- ¡Dos índices temáticos, geográficos y cronológicos, que comprenden los períodos: 1975-1982 y 1983-1985, con la indización de CIESPAL.

Títulos de la Revista

- 25-26. Prensa y conflicto político
- 27. Cine venezolano
- 28-29. Alternativas comunicacionales
- 30-31. Integración latinoamericana y comunicación
- 32. Música e industria cultural
- 33-34 Tecnología y comunicación
- 35-36. Comunicación popular: experiencias venezolanas
- 37. Nuevo periodismo
- 38. Humorismo y comunicación
- 39. Militarismo y manipulación informativa
- 40. Censura y democracia
- 41-42. Bolívar Superestrella (con el índice: 1975-1982)
- 43. Comunicadores y participación
- 44. Los amos de la prensa
- 45. Los amos de la radio y televisión
- 46. Explosión informática
- 47. Del folletón a la telenovela
- 48. Juventud: 1985
- 49-50. Expansión audiovisual
- 51-52. Balance de una década (con el índice: 1983-1985)

**Solicítelo al Centro de Comunicación Social, Esquina Luneta,
Edif. "Centro Valores", ofic. 2, Apartado 4838, Teléfono: 563.50.96.
Caracas 1010-A - VENEZUELA**



Este libro constituye una exposición –sumamente práctica y razonada– del uso eficaz de los periódicos como instrumentos de *comunicación*. Desafía provocativamente los confusos legados de la tradición impresora para mostrar que existen ciertas constantes básicas en el buen diseño periodístico dentro de casi cualquier contexto –sea internacional, nacional, regional, urbano o suburbano– y dentro ciertamente de cualquier idioma.

Se trata de una obra esencial para quienes trabajen en el formato periodístico que sea, desde el mayor formato sábana al tabloide, y dondequiera realicen sus tareas. El libro inicia a jóvenes periodistas y diseñadores en el razonamiento que respalda las mayores decisiones editoriales. Habrá de estimular y de informar a periodistas veteranos con sus consideraciones sobre los problemas prácticos que encaran día tras día. Y puede ser leído también por sus clientes naturales, los compradores de periódicos, dada la comprensión que aporta sobre el mundo que se oculta tras los titulares. Algunos de los temas de este volumen de profusa ilustración son:

- Cómo planificar cada página, desde la importante portada a los despliegues en páginas interiores;
- Las argumentaciones que apoyan las posturas más radicales en cuanto a portadas informativas;
- Cómo dar una identidad al periódico;
- Cómo rehacer una página ante las noticias de último momento;
- Cómo dar a cada sección su identidad, incluso en los periódicos de varios pliegos;
- Cómo debe prepararse la presentación de anuncios y cómo controlar la relación entre ellos y el material de redacción.

Tras su propia experiencia directa en periódicos de Gran Bretaña, Estados Unidos y Asia, a los que ha llevado a un mayor éxito, Harold Evans examina aquí, con críticas y a veces con admiración, una selección amplia y rica de los periódicos del mundo, incluyendo varios de España. La evolución del diseño es presentada con siete décadas de portadas notorias, reproducidas de esos periódicos. Un capítulo sobre Clínica del Diseño examina los periódicos ganadores de certámenes –matutinos y vespertinos, diarios o semanales, con tiradas grandes o pequeñas–, para saber dónde y cómo obtuvieron sus logros o cuáles pueden ser los remedios para las fallas detectadas. El diseño moderno y del futuro, incluyendo a la llamada prensa *underground*, figura también en este examen.

The logo consists of two large, stylized, outlined letters 'G' placed side-by-side. The letters are simple and bold, with a consistent thickness for the outlines.

Apartado 35149
Teleg. "Gusto Barcelona"
Telex 97196 Gill E
Teléfono 259 14 00
Rosellón, 87-89
Barcelona, 29 - España

ECO-XXI

ORGANO DEL CENTRO DE ESTUDIOS DE MOVIMIENTOS SOCIALES "SIMON RODRIGUEZ"

ECO-XXI es una publicación del Centro de Estudios de Movimientos Sociales "Simón Rodríguez", al servicio de los movimientos sociales de Venezuela con la intención de contribuir al análisis de las luchas emprendidas por ellos.

ECO-XXI tiene como norte proporcionar un esfuerzo para la construcción de la Sociedad que queremos, la sociedad alternativa al desarrollismo existente.

ECO-XXI hace un llamado a todas las organizaciones populares que luchan por la vida y la esperanza, por nuevas formas de producir y distribuir la riqueza, que luchan contra la explotación y la miseria y por nuevos criterios de gestión y nuevas relaciones sociales; a unir voluntades y trabajos y converger para hacer de esta iniciativa un esfuerzo común.

"O inventamos o erramos"

Simón Rodríguez



Se inició el convenio

DIEZ ESTUDIANTES DE INGENIERIA CIVIL ESTAN DE PASANTES EN FUNDACOMUN

El convenio entre Fundacomún y la U.C.V. de incentivar un programa de pasantías para estudiantes de las diversas Escuelas de esa Casa de Estudios se comenzó a ejecutar con diez jóvenes de la Facultad de Ingeniería Civil del octavo y noveno semestre.

La doctora Brunelia Martínez, Directora del Centro de Estudios de Desarrollo Local y Administración Municipal –CEDLAM– de Fundacomún dijo que los estudiantes de ingeniería civil están de pasantes en las Direcciones de Proyecto y Construcción, Desarrollo Municipal y Región Capital; y, en donde ejercitan sus conocimientos académicos con la realidad social que vive el país, ofreciéndoles a la comunidad una atención integral a través de nuestros Módulos de Servicios.

Señaló la Dra. Martínez que las mencionadas pasantías tiene una duración de seis semanas; y ya se está haciendo los contactos con la Escuela de Sociología, Derecho, Economía y Arquitectura para que los estudiantes de esas facultades se inicien en hacer sus respectivas pasantías, para el año que viene.

**FUNDACION PARA EL DESARROLLO
DE LA COMUNIDAD Y FOMENTO MUNICIPAL**



EL IPASME APLICA EN SUS UNIDADES MEDICAS SEGUNDA DOSIS DE VACUNAS POLIO Y TRIPLE

La actividad forma parte del Programa Nacional de Vacunaciones coordinado por el Ministerio de Sanidad y Asistencia Social y donde están involucrados además del Ipasme, el Instituto Venezolano de los Seguros Sociales, la Gobernación del Distrito Federal, la Policía Metropolitana y los organismos regionales.

El lunes 22 de julio se aplicó en todo el país la SEGUNDA DOSIS de las vacunas Polio y Triple, como parte del programa anual que busca inmunizar a la numerosa población infantil venezolana, de los graves flagelos que constituyen la parálisis infantil, la difteria, la tosferina y el tétanos.

La información fue suministrada por el profesor Tomás José Crespo Martel, Presidente del IPASME, quien agregó que ese Instituto forma parte de la gran movilización nacional aplicando las vacunas a los hijos de sus afiliados, en las 55 unidades médicas de ese organismo que funcionan en todo el país.

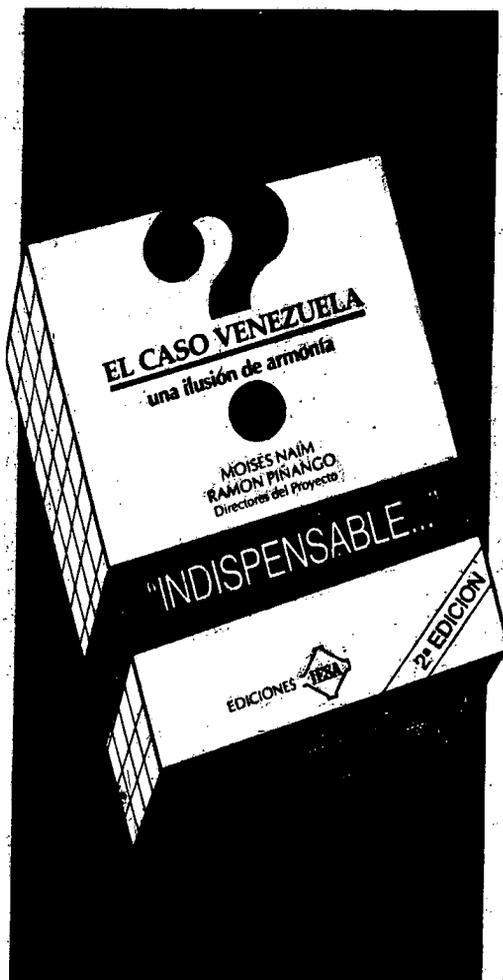
El profesor Crespo amplió la información señalando que la Segunda Dosis de Polio y Sarampión se aplicó desde el 22 de julio hasta el 2 de agosto, y la Tercera Dosis del 16 al 27 de septiembre, en un programa coordinado por la Dirección Asistencial del Ipasme.

De esa manera, dijo con satisfacción el profesor Crespo Martel, el Ipasme cumple con sus afiliados, que son todos los docentes del país y sus familiares, y ejecuta uno de los objetivos fundamentales que se refiere a la prestación del importante servicio de salud.

GUIA BIBLIOGRAFICA

EL CASO VENEZUELA : UNA ILUSION DE ARMONIA CAP. 13

JOSE MARTINEZ TERRERO



"Radio, Prensa y TV: entre el equilibrio y el estancamiento", por Tomás Eloy Martínez. Publicado en **El Caso Venezolano: una ilusión de armonía**, proyecto dirigido por Moisés Naim y Ramón Piñango. Ediciones IESA, Caracas 1984, Venezuela.

Se trata de un estudio conjunto sobre la situación venezolana, en el que se dedican quince páginas al aspecto comunicacional.

Tomás Eloy Martínez, un columnista de trayectoria, vinculado a **El Diario de Caracas, El Nacional y Radio Caracas TV.**, es el autor del mencionado artículo.

La tesis fundamental de TEM es que el periodismo venezolano tiene techos o límites de crecimiento. El señala los siguientes:

1.— La restricción del tiraje, una vez que se han llenado los requisitos para traer la mayor cantidad de dinero de las Agencias de Publicidad. El costo del ejemplar de **El Nacional** y **El Universal** está alrededor de los Bs. 8, pero se vende a Bs. 2. Por eso, pasado ese tiraje exigido por las publicidades, a mayor número de ejemplares, habrá mayores pérdidas. Inclusive el costo de transporte hace también que **El Universal** tenga menor circulación en el Interior.

2.— El poco interés por la calidad periodística. TEM se queja de que los periodistas estén tan juntos como revueltos. Por una parte están los "profesionales de primer orden", de alto nivel", "calificados", "entre los mejores de A.L.", "con los artículos bien trabajados". Por otra, están los novatos, mal preparados, convencionales, perezosos, rutinarios, de lenguaje neutro, entrevistadores caricaturescos.

De la confusión y mezcla de estos dos tipos de periodistas se le echa la culpa a los jefes de departamento de los MCS. La misma importancia le dan al texto bien elaborado que a un texto mediocre, inclusive se reprende al periodista si toma demasiado tiempo en perfeccionar un reportaje. La medida de su éxito consiste en firmar muchas veces en lugares destacados.

Por ello, no se consultan los archivos para cotejar un dato con otro. Se prefiere el apresuramiento informativo a la lenta conquista de la verdad. El periodismo se ha reducido casi exclusivamente a denunciar las lacras de la realidad con sensacionalismo, y, por lo tanto, buscando fines ajenos al problema denunciado: no se dedica a desentrañar los orígenes de esas lacras,

con ánimo de eliminarlas de raíz. Se escandaliza para llamar la atención. Se hacen comentarios viscerales. La información recién recibida nunca es investigada.

A los jefes de redacción, etc., les interesa más la cantidad de textos que su calidad. Les interesan más los avances técnicos de colorido, los títulos llamativos, las denuncias escandalosas, los "tubazos" que los análisis profundos de los hechos.

Y los mejores reporteros, si desean aumentar sus ingresos, deben convertirse en jefes, es decir, deben resignarse a pautar y corregir materiales ajenos, en vez de investigar por sí mismos el cuerpo de la realidad.

3.— Otro límite al crecimiento de la comunicación en Venezuela está representado por los **tabúes** de la prensa. Uno de ellos es la dependencia de las empresas publicitarias, a las que no se puede criticar ni censurar. Otro es el no violentar los intereses de los dueños de la prensa. Los medios son instrumentos de poder social y político y empresas con explícitos fines de lucro.

¿Esperanzas?

Es una lástima que TEM no aporte soluciones a los problemas planteados. Más bien descarta de plano los entes que pudieran hacer algo:

1.— Para TEM el **Colegio Nacional de Periodistas** es uno de los obstáculos más severos para el desarrollo de un periodismo libre e imaginativo en Venezuela. Según él, en vez de promover seminarios de especialización y de defender salarios más dignos en condiciones más favorables de trabajo, sus únicas batallas han sido para limitar el derecho constitucional a la expresión del pensamiento por cualquier medio (Art. 66) para preservar las fuentes del trabajo a un grupo privilegiado de afiliados.

2.— El papel del **Estado** aparece muy deteriorado. Según TEM, el Estado es quien ha hecho más fuerza en domesticar a la prensa; y el Canal 8 (VTV) es calificado de "decepcionante".

3.— Al menos TEM apunta una esperanza en la **Nueva Generación** de periodistas, que en la segunda mitad del 70 apareció con un gran respeto por la dignidad de su oficio, y que ha elevado la calidad de la escritura y la información.

Sin embargo, si esta generación sigue adelante, chocará con el techo indicado inicialmente: la desatención de la calidad por la cantidad, pues no hay aún jefes que la estimulen y exijan

de ella una más plena entrega profesional. Por ello, la nueva generación va caminando a un callejón sin salida.

Evaluación

El presente estudio tiene méritos al atacar la mediocridad y el facilismo del periodista de nómina, especialmente de la empresa pública, y al denunciar los tabúes de las publicidades y los intereses personalistas de los dueños, como estorbo al crecimiento del auténtico periodismo.

Pero también se detectan en el presente estudio algunos defectos:

1.— Faltó definir de qué crecimiento se trata al hablar de los medios de comunicación. Esto nos hubiera llevado a los auténticos objetivos de la comunicación masiva en Venezuela. ¿Es algo al servicio de unos pocos o de las mayorías? También hubiera sido interesante averiguar qué tipo de comunicación es la más necesaria hoy día en Venezuela: vertical, horizontal, popular alternativa, participatoria, liberadora . . . La evaluación del "caso venezolano" debería haber considerado esos aspectos fundamentales.

2.— Falta analizar al principal protagonista de la comunicación venezolana: la **estructura de poder** de los grandes medios, la integración horizontal de las empresas de los MCS, que se extiende al campo político (mencionado de alguna forma) y económico (absolutamente olvidado). A lo largo del estudio aparecen comentarios anecdóticos y datos circunstanciales, pero no se mencionan los elementos gruesos. Se le echa más la culpa al reportero novato y mediocre, que al dueño del medio y sus intereses de poder y de lucro. TEM reconoce que los medios se fundan más en razones de poder social y político o de lucro, que en "románticas utopías profesionales". Si esto es así, ¿por qué TEM se fijó más en éstas que en las razones fundamentales? Hay algo de inconsistencia en sus planteamientos.

Otros "intocables" son los periodistas de talla, "de óptimo nivel", que se supone tratan los temas con profundidad, objetividad, ética y libros de comisiones y palangrismo.

3.— Se ataca al Estado y al Colegio de Periodistas, que son las instancias más seguras para solucionar los problemas. Del Estado nunca se podrá prescindir, y a él acuden hasta las élites más libre-cambiarías dentro de un neo-capitalismo al servicio de sus intereses. Y el Colegio es una organización gremial, que puede aportar también soluciones y mejoras, como ya ha comenzado con el Instituto de Mejoramiento Pro-

fesional, etc. Por otra parte TEM desconoce la existencia de la comunicación alternativa, que no responde a los intereses de grupos minoritarios, sino del pueblo organizado, y el surgimiento crítico y juvenil de "Cuartilla", reflejado en las últimas elecciones del CNP. Se le pinta al Estado como domesticador. Pero ciertas empresas privadas comunicacionales, ¿no caen en las mismas o mayores domesticaciones masivas?

4.— Respetando el valor de las fuentes mencionadas, TEM menciona una **bibliografía** escasa, indigna de un país donde tanto se ha investigado y se escribe sobre comunicación. Por mencionar algo: RATELVE, A. Pasquali, Marta Colomina, E. Santoro, ININCO, Revista "Comunicación", tesis de grado . . .

TEM critica a los periodistas que no investigan, pero él muestra poca investigación realizada. Su trabajo es más bien un reportaje, donde se ha dejado de acudir a fuentes decisivas. Refleja su experiencia con pocos análisis de causas, en contradicción a lo que exige a los periodistas.

Por todo ello, hemos aprendido poco de cuáles son los límites verdaderos del crecimiento de la comunicación venezolana.



EL COLEGIO NACIONAL DE PERIODISTAS Y EL CAPITULO 13 DE "EL CASO VENEZUELA"

El Colegio Nacional de Periodistas, legítima manifestación de una Ley de la República y una expresión típica de nuestro sistema democrático, como es la agremiación, colegiación o sindicalización de las fuerzas y grupos que intervienen en su proceso de producción, se ve moral y profesionalmente obligado a rechazar públicamente el enfoque y contenido del Capítulo 13 del libro titulado **El Caso Venezuela una Ilusión de Armonía**, proyecto dirigido por los doctores Moisés Nain y Ramón Piñango, auspiciado por el Instituto de Estudios Superiores en Adminis-

tración, IESA, y patrocinado por la Organización Polar.

Es criterio del Colegio Nacional de Periodistas que los centros de poder y de decisión que puedan estar utilizando esta publicación para la toma de sus decisiones, deben considerar que el Capítulo intitulado "Radio, Prensa y Televisión: entre el equilibrio y el estancamiento" en nada refleja la realidad venezolana de las comunicaciones sociales y deja constancia que:

- 1.- Sus cifras en nada concuerdan con la realidad.
- 2.- El autor expresa sus opiniones explícita e implícitamente, en base sólo a su experiencia personal con unos medios en particular.
- 3.- El autor emite opiniones personales que asienta o presenta —con absoluta irresponsabilidad— como principios o postulados de nuestra profesión de periodistas.
- 4.- El autor insiste a lo largo de todo el trabajo en mostrar al periodista venezolano en forma peyorativa, subestimándolo, descalificándolo en base a las ya muy trilladas y nada científicas comparaciones con realidades y formas de ejercicio de otras naciones, eximiéndose muy audazmente de presentar alguna argumentación conceptual o estadística que lo sustente.
- 5.- Así mismo, rechazamos de la manera más enfática los conceptos emitidos, tácitamente o no, sobre la ilegalidad del C.N.P. y sobre nuestra supuesta actuación "como uno de los obstáculos más severos para el desarrollo de un periodismo libre e imaginativo en Venezuela", o lo dicho seguidamente en cuanto a que "el Colegio ha suscitado una cierta parálisis profesional". Todas las fuerzas del país, sean estas económicas, sociales o políticas, sin discriminación de ideologías han reconocido en esta institución —y en su antecesora la A.V.P.— no sólo un factor de progreso y modernización del ejercicio del comunicador social, sino de todo el sistema democrático en general.

En resumen, el Colegio Nacional de Periodistas estima que el mencionado Capítulo 13 (es-

crito por Tomás Eloy Martínez) de la obra dirigida por Nain y Piñango está plagado de subjetivismos que intentan ser impuestos de manera muy prepotente como axiomas sociales, y estimamos que dichas opiniones sólo pueden ser aceptadas como la experiencia personal de quien desconoce nuestra realidad, aparente e inexplicablemente resentido con quienes de manera muy profesional y legítimamente constituidos, ejercemos el periodismo en Venezuela.

La falta de una estructura de investigación, la ausencia de conclusiones debidamente comprobables, lo pobre y carente de valor académico del soporte bibliográfico utilizado en este Capítulo, son pruebas suficientes que descalifican al autor y el posible valor documental o referencial que pudiera aspirar a tener este trabajo en particular.

Con esta opinión pública el C.N.P. no deja de reconocer que el organismo patrocinador, la institución educativa promotora y los directivos mismos del proyecto, se encuentran en plena libertad de escoger a cualquier persona para que investigue, redacte y publique todo tipo de material o trabajo, bien sea a través de libros como el "El Caso Venezuela" o por medio de otra forma de comunicación. Es más, el C.N.P. aplaude y alienta que todas las instituciones, grupos y centros de poder y decisión realicen aportes como los dirigidos por Nain y Piñango, pues de esta manera mayores serán las oportunidades para conocer los requerimientos de nuestro sistema democrático para su cabal y permanente superación.

Sin embargo, como institución altamente comprometida con el desarrollo de la comunicación social informamos al país, a las autoridades del IESA y en particular a los directores del proyecto que dentro de nuestra sociedad existen muy variados y reconocidos académicos e investigadores que pueden colaborar con ellos para enmendar este franco y obvio error en tan interesante esfuerzo de participación institucional. Estamos pensando, por supuesto, en que se tenga proyectada una nueva edición o una continuación del proyecto.

10 AÑOS

Comunicación

ESTUDIOS VENEZOLANOS DE COMUNICACION
PERSPECTIVA CRITICA Y ALTERNATIVA

BIBLIOGRAFIA SOBRE COMUNICACION , EDUCACION, CULTURA Y CAPACITACION POPULAR

JESUS M. AGUIRRE

1.- La siguiente bibliografía está clasificada según los criterios temáticos señalados por CIESPAL, pero atendiendo sólo a la tónica dominante en el documento. En varios de los documentos se presentan cruzadas las temáticas Comunicación-Educación, Comunicación-Cultura, Educación-Cultura.

2.- Dentro del listado de cada área temática se ha seguido el orden alfabético por autores o instituciones.

3.- Se han incluido en la bibliografía materiales de autores no venezolanos pero residentes en Venezuela y que han publicado en este país durante su residencia (Vgr. Mario Kaplún), así como también algunos materiales de venezolanos que han sido publicados en el exterior (vgr. Luis Anibal Gómez, Jesús María Aguirre).

4.- Resulta difícil precisar la representatividad del material seleccionado, ya que el universo de referencia es bastante indefinido y además existen numerosos materiales producidos erráticamente por grupos no institucionalizados. Sin embargo se han establecido ciertos

controles que garantizan la representatividad máxima en el momento actual. Estos controles han sido los siguientes:

- a) La publicación del material en las revistas más importantes de Comunicación y Educación de Venezuela (COMUNICACION, ININCO, CUADERNOS DE EDUCACION, ORBITA).
- b) La presentación del material en los dos Encuentros Nacionales más relevantes sobre la temática.
 - IV Encuentro Nacional de Investigadores de la Comunicación, cuyo tema central fue "Difusión masiva y Cultural popular" (1982).
 - I Seminario de Promoción Cultural y Comunicación Alternativa en Venezuela (1981).
- c) La producción por parte de Centros, instituciones o grupos que operan con mayor estabilidad y eficiencia en el área de comunicación popular.

I.- VENEZUELA

1.- COMUNICACION

- AGUIRRE, Jesús María. **Teoría y praxis de la Comunicación horizontal**. Cuadernos de Educación, No. 23, Cooperativa Laboratorio Educativo, Caracas, marzo 1975.
- ———. **Apuntes sobre Comunicación Alternativa**. En Comunicación Alternativa y Cambio Social, I. América Latina, Compilador Máximo Simpson Grinberg, Universidad Nacional Autónoma de México, México, 1981, pp. 23-28.

- CAPRILES, Oswaldo. **Venezuela: ¿Política de Comunicación o Comunicación alternativa?** Revista ININCO, Año I, N. 1, Caracas, 1980, pp. 52-61.
- EQUIPO COMUNICACION. **La Comunicación Alternativa.** Revista COMUNICACION, N. 35-36, Caracas, 1981, pp. 59-71.
- GOMEZ, Luis Anibal. **Hacia la información alternativa y la alfabetización informativa.** En: Opinión Pública y medios de difusión, Colección Intiyan, Ciespal, Quito, 1982.
- GRAZIANO, Margarita. **Para una definición alternativa de la Comunicación** Revista ININCO Año I, N. 1, Caracas, 1980, pp. 71-74.
- HERNANDEZ, Mauricio. **Mención de dos experiencias: A medio y de los trabajadores (Barquisimeto); La Comunicación alternativa en los programas de desarrollo rural.** Alta-gracia de la Montaña (Edo. Miranda). I. Seminario de Promoción Cultural y Comunicación Alternativa, Caracas, 1981.
- KAPLUN, Mario. **Medios masivos y participación popular: una experiencia de radio participativa en el medio campesino Venezolano.** División de Comunicación y Cultura Popular de CESAP, Caracas, 1981, mimeo, 26 p.
- ———. **La Comunicación participativa como praxis y como problema.** Revista ININCO, Año I, N. 1, Caracas, pp. 62-70.
- ———. **Los talleres de periódico popular.** del Centro al servicio de la Acción Popular CESAP, Seminario de Promoción Cultural y Comunicación Alternativa, Caracas 1981, mimeo, 11 p.
- MARTINEZ TERRERO, José. **Comunicación alternativa grupal en América Latina.** Revista COMUNICACION, N. 28-29, Caracas 1980, pp. 32-39.
- ———. **Investigaciones sobre Comunicación Grupal.** Revista ININCO, Año I, N. 1, Caracas, 1980, pp. 75-79.
- REY José Ignacio. **Comunicación alternativa y Comunicación popular.** **Revista COMUNICACION, N. 28-29, Caracas 1980, pp. 5-8.**
- ———. **Proposiciones para una comunicación alternativa.** Equipo Comunicación. Revista EL PERIODISTA, Organo Nacional del C.N.P. Segunda Epoca, N. 76, Caracas Enero - Mayo, 1983.
- TORRELLES, Luis Orlando. **Super 8, Video y Reinención del espacio urbano en grupos culturales y populares I.** Seminario de Promoción Cultural y Comunicación Alternativa Caracas 1981, mimeo, 16 p.
- LA VEGA DICE, **Función didáctica del periódico popular "La Vega dice",** Revista COMUNICACION N. 35-36, Caracas 1981, pp. 22-25.
- ZAMBRANO, Iván. **Distribución alternativa de películas.** I. Seminario de Promoción y Comunicación Alternativa, Caracas 1981, mimeo, 10 p.
- HERNANDEZ, Tulio. **La Incomunicación Burlada: Notas sobre organización popular y democracia comunicacional.** Caracas 1983, pp. 30.
- ———. **Comunicación Alternativa: concepto métrico o propuesta de acción.** (Mimeo). Caracas 1984.
- Escuela de Vecinos - Elías Santana. **La Prensa Vecinal: alternativa de Comunicación.** Ediciones ECOTOPIA. Caracas 1984.
- VASQUEZ SALAZAR, Amarelis y SCHARFENBERG E. Ewald. **Alternativas de la Comunicación Alternativa.** Tesis de Licenciatura. Escuela de Comunicación Social de la UCV. Caracas 1984.

2.- EDUCACION

- ACHABAL, Juana. **Educación, lucha de clases y cultura popular en Venezuela.** Cuadernos de Educación, N. 67, Cooperativa Laboratorio Educativo, Caracas, Julio-Agosto, 1979, 88 p.
- CEDEÑO, Gladys y otros. **El método psico-social de Paulo Freire: una experiencia en Venezuela.** Cuadernos de Educación, N. 81, Caracas, Enero 1981, 111 p.
- CESAP. **La educación popular.** Documento colectivo presentado por Venezuela al Ier. Encuentro Latinoamericano de Educación Popular. Sept. 1980, mimeo 20 p.

- ——— **Círculos femeninos populares. Los objetivos y reglamento de los círculos femeninos populares.** CESAP, 1975. mimeo, 12 p.
- EFIP. **¿Por qué la animación?** Equipo de Formación, Información y Publicaciones, Caracas, nov. 1975 mimeo, 49 p.
- FUNDACION ARTE Y VIDA. **Arte y Vida: un proyecto pionero.** Ed. Síntesis Dos mil, Caracas, 1975, p. 230.
- INSTITUTO RADIOFONICO FE Y ALEGRIA **Ideario de fe y Alegría,** borrador, mimeo, 1983.
- ——— Informe, 1984.
- AUTOR NO VENEZOLANO — — —**
- BANSART, Andrés. **Educación continua (de la filosofía de educación permanente a un sistema de educación continua)** Cuadernos de Educación, N. 82 Caracas, Enero, 1982.

3.- CULTURA

- ACHABAL, Juana. **Lenguaje y cultura popular.** Cuadernos de Educación, Cuadernos de Educación, Cuadernos de Educación. N. 47 Cooperativa laboratorio Educativo, Caracas, 1977, p. 107.
- AGUIRRE, Jesús María, BISBAL, Marcelino. **Aproximaciones metodológicas para el análisis de la cultura popular,** en "La ideología como mensaje y masaje", Monte Avila ed. Caracas, 1981.
- CAPRILES Oswaldo y otros. **Difusión masiva, Cultura populares y Cultura alternativa.** Revista ININCO, N. 3, 4º trimestre. 1981, pp. 51-67.
- ——— **Por una cultura alternativa.** Primer seminario de Promoción cultural y Comunicación alternativa, Caracas, 1981. mimeo, 29 p.
- CARRILLO, Julio. **Visión cultural: Elementos para una alternativa de difusión de la cultura popular a través de la radio venezolana.** Departamento de Tecnología Educativa, Escuela de Educación de la Universidad de los Andes, 1982, mimeo, 36 p.
- COLECTIVO DE FORMACION POPULAR. **La cultura popular y el papel de los grupos culturales** Barquisimeto, 1983 mimeo, 9 p.
- CHACON, Alfredo. **Tesis para la delimitación del Campo cultural popular.** Revista COMUNICACION, N. 36-36, Caracas, 1981, pp. 5-13.
- **El campo de la cultura popular.** Revista ININCO, N. 3, 4to. trimestre, 1981. pp. 67-69.
- GONZALEZ ORDOSGOITTI, Enrique. **Algunas consideraciones en torno al concepto de cultura popular en antropología.** Revista ININCO, N. 3, 4to. trimestre, 1981, pp. 78-82.
- MONSONYI, Esteban Emilio. **Identidad nacional y culturas populares.** Ed. Enseñanza Viva, Caracas, 1982, 360 p. Artículos seleccionados:
 - Tradición e innovación en la cultura popular, pp. 77-82.
 - Algunos impedimentos para la consolidación de culturas populares urbanas, pp. 82-89.
 - El bloque cultural como problema fundamental, pp. 89-91.
 - La comunidad escenario irremplazable de la lucha cultural, pp. 100-104.
 - La cultura popular de resistencia, pp. 134-137.
 - Cultura popular y resistencia, pp. 175-183.
- PERNALETE, Luisa. **"Hacia una didáctica popular de la historia".** Cuadernos de Educación, N. 48. Cooperativa Laboratorio Educativo, Caracas, 1977.
- RONDON, César Miguel. **Popularidad de la canción rebelde y rebeldía de la canción popular.** Revista COMUNICACION, N. 32, Caracas, 1981, pp. 33-39.
- VAZQUEZ, América. **Teatro popular y comunicación alternativa.** Revista ORBITA, Diciembre 1980, Caracas, pp. 67-79.

4.- CAPACITACION

- CAMPOS, Patricia. **Taller libre de arte de Río Chico.** Ponencia presentada en el Primer Seminario de Promoción cultural y Comunicación Alternativa, Caracas, Noviembre 1981.

- CENTRO DE COMUNICACION SOCIAL J.M. PELLIN. Formación del perceptor. Comunicación de Base, N. 4, Caracas, Agosto 1979, mimeo 52 p.
- ——— Medios Grupales y Evangelización. Comunicación de Base, N. 5, Caracas, Enero 1979, mimeo, 60 p.
- CENTRO GUMILLA DE BARQUISIMETO. Curso de Organización Popular. (7 núm):
 - 1.- MICHEO, Alberto. **Venezuela Neocapitalista**, 1977, p. 40
 - 2.- ——— **Venezuela Socialista**, 1980, p. 48
 - 3.- ——— otros. **Venezuela Cooperativista**, 1977, p. 40.
 - 4.- ——— otros. **Poder popular cooperativo**, 1977, p. 48.
 - 5.- ——— **Promoción y precooperativa**, 1978, p. 48
 - 6.- ——— **La cooperativa adulta**, 1978, 48, p. 48.
 - 7.- ——— **Curso básico de cooperativismo**, 1980, p. 68.
- COOPERATIVA LABORATORIO EDUCATIVO. **Biblioteca de trabajo venezolana**. (2 números de muestra):
 - ——— **¿Cómo hicimos nuestras marcas?** N. 3, Caracas, 1979.
 - ——— **Jugando con el cuerpo**, N. 32, Caracas, 1983.
- HIRSZ, Ana. **Talleres de teatro popular**. Una experiencia en marcha: Análisis y Evaluación. III Seminario Nacional de Investigación participativa. 16 al 18 de octubre de 1981. Pozo de Rosas.
- PUBLICACIONES EL PUEBLO. **Las multinacionales**. Colección "A lo claro", Caracas, 1984
- ——— **Análisis de la empresa**, 3. Colección Cuadernos sindicales, Caracas, 1983.

5.- VARIOS

- AGUIRRE, Jesús María. **Comunicación ideológica y formación crítica de la conciencia de clase**. Revista COMUNICACION, N. 28-29, Caracas, Julio-Sept. 1980, p. 9-21.
- BISBAL, Marcelino. **Presupuestos para una investigación alternativa**. Revista COMUNICACION, N. 28-29, Caracas 1980, p. 22-31.
- CESAP. Conocimiento y Acción Popular. I. **Seminario de Investigación Participativa**. Pozo de Rosas, 19-20-21. Sept. 1980, mimeo, 20 p.
- Conocimiento y acción popular. II **Seminario Nacional de Investigación Participativa** 3-5 abril 1981, mimeo, 64 p.
- ——— Conocimiento y acción popular. IV **Seminario Nacional de Investigación Participativa**. Pozo de Rosas, 16-17-18 de abril, 1982, mimeo 36 p.
- COLECTIVO DE FORMACION POPULAR **Ideas y Reflexiones sobre la participación popular**. Barquisimeto. 1983, mimeo, 13 p.
- PINEDA, Migdalia y otras. **Alternativas de la investigación para una comunicación democrática**. Departamento de Investigación de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad del Zulia, Junio-Julio, 1982, mimeo, 29 p.
- TORRELLES, Dennis José. **Autogestión, cooperativismo y organización comunal en el proceso de promoción animación cultural**. Caracas, noviembre, 1981.
- LA VOZ DE CARICUAO. **Un proyecto de investigación participativa**. Revista COMUNICACION, N. 35-36, Caracas, No. Dic. 1981, p. 26-33.
- OVALLES, Omar. **La Fuerza de la Ecología en Venezuela**. Ediciones de ECOTOPIA. Caracas 1983.
- MARTINEZ, Luis y ASCANIO, Félix.- **La Música Urbana entre lo popular y lo Alternativo**. Tesis de Licenciatura. Escuela de Comunicación Social de la UCV. Caracas 1984.
- SALAZAR, Perla.- **El Teatro Popular como Vehículo de Comunicación Alternativa**. Tesis de Licenciatura. Escuela de Comunicación Social de la UCV. Caracas 1983.

II.- AMERICA LATINA

- REYES MATTA, Fernando.- **Comunicación Alternativa y Búsquedas Democráticas**. Friedrich Ebert Stiftung-ILET. México 1983.

- -.- "Comunicación Alternativa y Desarrollo Solidario ante el Mundo Transnacional" en **"Comunicación Transnacional-Conflicto Político y Cultural**. DESCO-ILET. Perú 1981.
- -.- **La Comunicación Alternativa como Respuesta Democrática** (mimeo) Ponencia presentada al Grupo de CLACSO, Santa Marta, Colombia, marzo de 1981. ILET DEC/D/83/e
- -.- **Canto Popular, Discos y Alternativas**. Artículo elaborado para **Media Development** (mimeo). Londres 1982.
- Revista **CHASQUI**.- "Comunicación Popular", No. 8-October-Diciembre de 1983. Ecuador-Quito.
- SIMPSON GRINBERG, Máximo (Comp.).- **Comunicación Alternativa y Cambio Social en América Latina**. México D.F., Universidad Autónoma de México 1981.
- Revista **COMUNICAO E SOCIEDADE**.- "Comunicacao Alternativa e Cultura Popular", No. 6, Sao Paulo.
- GARCIA CANCLINI, Néstor.- **Las culturas Populares en el Capitalismo**. Editorial Nueva Imagen, Serie "El Arte en la Sociedad", México 1982.
- MARQUES DE MELO, José.- **Comunicacao e Classés Subalternas**.- Cortez Editora, Sao Paulo, 1980.
- PARDO, Isaac J.- **Fuegos Bajo el Agua. (La Invención de la Utopía)**. Fundación de la Casa de Bello. Caracas 1983.
- QUIJANO, Anibal.- **Cultura y Dominación**. Editorial la Enseñanza Viva, col. de Bolsillo. Caracas 1973.
- MARTIN BARBERO, Jesús.- "La Mass-Mediación y el Discurso de lo Popular". **Cuadernos de Comunicación**. México 1981.
- -.- "Memoria Narrativa e Industria Cultural". Ponencia presentada al Seminario sobre Cultura Popular realizado en la U A M de Xochimilco, México 1982.
- -.- "Prácticas de Comunicación en la Cultura Popular" publicado en la compilación **Comunicación Alternativa y Cambio Social en América Latina**. Op. Cit.
- -.- "Apuntes para una Historia de las Matrices Culturales de la Massmediación", ponencia presentada al Primer Foro Internacional de Comunicación Social: Comunicación y Poder, Lima-Perú 1982.
- GONGORA, Augusto.- **La Tele-Visión del Mundo Popular**. Serie Estudios ILET. Santiago de Chile 1983.
- SOL, Ricardo.- **El Salvador: Medios Masivos y Comunicación Popular**. Editorial Porvenir-ILET. San Salvador, 1984.
- Revista **NUEVA SOCIEDAD-ILET**.- **Comunicación: ¿Dominación o Democracia?** Edición ILET-Nueva Sociedad. Santiago de Chile 1984. También aparece en Revista **Nueva Sociedad** No. 71. Caracas 1984.
- NAKANO, María y BISSIO, Beatriz.- **Brasil: la experiencia de la prensa alternativa Documentos de Trabajo del ILET, 1982**.
- STANGELARR, Fred.- **Expansión Transnacional y Comunicación Alternativa: el videocasete en América Latina**. Documentos de Trabajo del ILET, 1982.
- CELADEC.- **Documentación y Comunicación Popular**. Materiales de la Consulta Latinoamericana de Documentación y Comunicación Popular. Lima, junio de 1979.
- GUMICIO DRAGON, Alfonso. "El papel político de las radios mineras. Un Documento para la Historia" en Revista **Comunicación y Cultura** No. 8. México 1982.
- MATA, María Cristina.- "Radio Enriquillo: el proceso de una evaluación". En Revista **Comunicación y Cultura** No. 8. Op. Cit.
- ENCINAS VALVERDE, Orlando.- "Radio Mezquital: Posibilidades de Comunicación Popular", en Revista **Comunicación y Cultura** No. 8. Op. Cit.
- OSEGUERA, Antonio.- "Una experiencia de comunicación educativa para el desarrollo". En Revista **Comunicación y Cultura** No. 8. Op. Cit.
- PAREJA, Reynaldo.- "Radio Sutatenza: Notas para su Historia", en Revista **Comunicación y Cultura** No. 8. Op. Cit.
- Revista **Comunicación y Cultura** No. 8.- "Las Radios Mineras de Bolivia (Entrevista con Jorge Mancilla Romero).

- VECTOR (Centro de Estudios Económicos y Sociales).- **Taller de Comunicaciones: La Comunicación Alternativa.** Santiago de Chile 1980.
- CENTRO DE ESTUDIOS SOBRE CULTURA TRANSNACIONAL.- **Materiales para la Comunicación Popular.** Perú.
- **Cuadernos del Tercer Mundo.**- No. 47, Año IV (1981); No. 58, Año VI (1983); No. 23, Año II (1978).
- Boletín INTERCOM (Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares de Comucação). Sao Paulo-SP-Brasil.
- Cuadernos INTERCOM.- **Jornalismo Popular** (No. 1) Intercom-Cortez Editora. Sao Paulo, Brasil.
- ——— **Televisao, Poder e Classes Trabalhadoras** (No. 2).
- MARQUES DE MELO, José.- **Populismo e Comunicação.** Cortez Editora, Sao Paulo, Brasil (coordenador).
- LINS DA SILVA, Carlos Eduardo.- **Comunicação, Hegemonia e Contra-Infomacao.** Cortez Editora. Sao Paulo, Brasil.
- GONZALEZ, Jorge.- "Cultura(s) Popular(es) Hoy," en Revista **Comunicação y Cultura** No. 10, agosto de 1983. México.
- CIRESE, Alberto M.- "Cultura popular, cultura obrera y lo "elementalmente humano", en Revista **Comunicação y Cultura** No. 10. Op. Cit.
- ROSALES, Silvano H.- "Bibliohemerografía (Taller de Investigación: La cultura popular en México)", en Revista **Comunicação y Cultura** No. 10. Op. Cit.
- NETHOL, Ana María.- "Comunicación y Movientos Populares. El papel de la Comunicación y los Procesos Populares", en Revista **Comunicação y Cultura** No. 9. México.
- Revista **Nueva Sociedad.**- "Modelo de Comunicación con Participación Social" de Fernando Reyes Matta. No. 38, Caracas 1978.
- ——— No. 73. "Cultura y Contracultura". Caracas 1984.
- ——— .- No. 64. "Nuevas Formas de Hacer Política". Caracas 1983
- ——— No. 64. **Nuevas Formas de Hacer Política: "Alteremos lo Injusto: El Compromiso de la Comunicación Alternativa"** de Fernando Reyes Matta. También el trabajo "Comunicación y Pluralismo, Alternativas para la Década".
- ——— No. 73. "Cultura y Contracultura". Caracas 1984.
- ——— No. 75. "La Calidad de la Vida". Caracas 1985.
- PRIETO CASTILLO, Daniel.- **Discurso Autoritario y Comunicación Alternativa.** Editorial Ecol. México 1980.
- ——— **Vida Cotidiana, diseño y Comunicación.** UAM-Azcapotzalco. México 1976.
- FREIRE, Paulo.- **Pedagogía del Oprimido.** Editorial Siglo XXI. México 1975.
- ——— .- ¿Extensión o Comunicación? Ed. Siglo XXI. México 1977.
- ——— .- **La Educación como práctica de la Libertad.** Edt. Siglo XXI. México 1976 (17 a. edición).
- ——— .- **La importancia de leer y el proceso de liberación.** Edt. Siglo XXI. México 1984.
- Revista CHRISTUS No. 517.- **Comunicación Popular.** Edita el Centro de Reflexión Teológica, A.C. México, diciembre 1978.
- Seminario sobre **Comunicación y Movimiento Popular,** CELADEC, Lima, septiembre de 1981. Se destacan los trabajos siguientes:
 - **Inventario de definiciones de la comunicación popular** de Gargurevich, Juan;
 - **La comunicación popular, participación de los sectores populares en el Centro de Comunicación Popular de Villa El Salvador** de Ascueta, Miguel;
 - **Comunicación Popular y rearticulación del movimiento popular en Chile Hoy** de Ossandón, Fernando;
 - **Cómo se hizo el Diario de Marka** de Uceda, Ricardo;
 - **El contexto de la comunicación popular y de la comunicación alternativa** de Martínez Pardo, Hernando;
- AZIZ NASSIF, Alberto.- **La cultura subalterna en México, una aproximación teórica.** Centro de Estudios Ecuménicos A.C. Cuadernos de Estudio No. 4. México.
- Revista **CULTURA POPULAR,** editada por CELADEC. Perú. El primer número aparece en junio de 1981. Se trata de una publicación que recoge experiencias de Educación Popu-

lar, teoriza sobre ellas y reflexiona sobre temas anexos a la problemática: Educación, Comunicación, Capacitación y Cultura. De los que se han publicado hasta los momentos, en el área de la comunicación alternativa, nos interesan los No. 2 (septiembre de 1981), 3-4 (abril de 1982), No. 5 (julio de 1982).

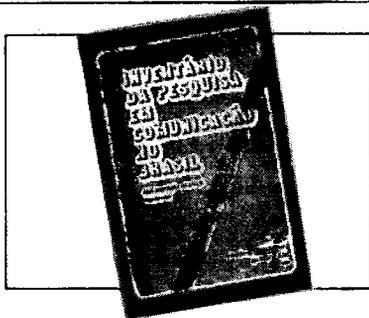
- KAPLUN, Mario. **Hacia nuevas estrategias de comunicación en la educación de adultos.** UNESCO-Oficina regional de educación de la UNESCO para América Latina y el Caribe. Chile 1983.
- ———. **Radio y cassettes en la Educación Popular: Balance de Dos Experiencias.** Doc. Seminario sobre Métodos y Procedimientos de Comunicación en Función del PPE. Quito-Ecuador 1982.
- ———. **La Comunicación Participativa como praxis y como proceso. La experiencia del Casette-Foro.** En *Comunicación Alternativa y Cambio Social en América Latina.* Op. Cit.
- NETHOL, Ana María y PINTO, Joaó Bosco. **La Comunicación Participativa.** Cuadernos del TICOM. México 1980.
- GONZALEZ SANCHEZ, Jorge A. **Sociología de las Culturas Subalternas.** Cuadernos del TICOM. México 1981.
- MATA, María Cristina. **¿La alternativa legalizada? Una Lectura precavida del Informe Mac. Bride.** En *Por una Información Libre y Liberadora,* CELADEC, Perú-Lima 1982.
- BONILLA, Víctor; CASTILLO, Gonzalo; FALS BORDA, Orlando y LIBREROS, Augusto. **Causa Popular, Ciencia Popular.** Publicaciones de la Rosca. Bogotá 1972.

III: EUROPA

- VIDAL BENEYTO, J. **Alternativas Populares a las Comunicaciones de Masas.** Centro de Investigaciones Sociológicas, Madrid 1979.
- VAZQUEZ MONTALBAN, Manuel. **La palabra libre en la Ciudad Libre.** Editorial Gedisa. Barcelona 1979.
- BASSETS, Luis (ed). **De las Ondas Rojas a las Radios Libres.** GG-Colección Mass-Media. Barcelona 1981.
- BUSTAMANTE, Enrique y MULTIGMER, Gilles. "Información: nuevas tecnologías para un viejo poder", en Revista **El Viejo Topo** (Extra) No. 12.
- FONTCUBERTA, Mar de y GOMEZ MOMPART, Josep Lluís. "Prensa en Luita: Información Alternativa en una Huelga", en Revista **El Viejo Topo**, No. 9 Barcelona, 1977.
- ———. **Alternativas en Comunicación-Crítica de experiencias y teorías.** Editorial Mitre. Barcelona 1983.
- PRADO, Emilio. **Nuevos Signos de la Comunicación. Las Radios Libres.** Editorial Mitre. Barcelona 1983.
- GUBERN, Román. "La utopía-infierno de la opulencia comunicacional capitalista", en Revista **El Viejo Topo** No. 17. Barcelona 1978.
- MATTELART, Armand y PIEMME, Jean-Marie. **La Televisión Alternativa.** Cuadernos Anagrama. Barcelona 1981.
- ———. **Comunicación y Transición al socialismo.** Serie Popular Era. México 1981.
- DICKSON, David. **Tecnología Alternativa.** H. Blume Ediciones. Madrid 1978.
- SCHUMACHER, E.F. **Lo pequeño es hermoso.** H. Blume Ediciones. Madrid 1978.
- BAHRO, Rudolf. **La Alternativa.** El Libro de Bolsillo. Alianza Editorial. Madrid 1980.
- BIGSBY, C.W.E. **Examen de la Cultura Popular.** Fondo de Cultura Económica. México 1982.
- LOMBARDI SATRIANI, Luigi Maria. **Aprobación y destrucción de la cultura de las clases subalternas.** Editorial Nueva Imagen. México 1978.
- BAUDRILLARD, Jean. **Cultura y Simulacro.** Editorial Kairós. Barcelona 1978.
- ———. **A la sombra de las mayorías silenciosas.** Editorial Kairós. Barcelona 1978.
- GRAMSCI, Antonio. **Los intelectuales y la Organización de la Cultura.** Editorial Juan Pablos. México 1975.

- **Introducción a la filosofía de la praxis.** Edt. Península. Barcelona 1970.
- **La Política y el Estado Moderno.** Editorial Península. Barcelona 1971.
- **Cultura y Literatura.** Ediciones Península. Barcelona 1967.
- **Notas sobre Maquiavelo, sobre la política y sobre el Estado Moderno.** Ediciones Nueva Visión. Buenos Aires 1973.
- GARAUDY, Roger.- **La Alternativa.** Editorial Tiempo Nuevo. Argentina 1972.

Inventário da pesquisa em comunicação



A mais importante edição da INTERCOM no campo da documentação é o *Inventário da Pesquisa em Comunicação no Brasil: 1883-1983*, repertório de mais de mil referências bibliográficas sobre teses, livros, artigos e monografias escritos por pesquisadores brasileiros sobre questões nacionais de comunicação.

Resultado de um levantamento orientado pelo Prof. José Marques de Melo e patrocinado pelas agências CIID/ALAIC/CNPq, trata-se obra indispensável aos pesquisadores de comunicação, especialmente aos alunos e professores de pós-graduação.

O preço de venda do exemplar é da ordem Cr\$ 100.000,00, havendo desconto de 50% para sócios.

INTERCOM

Correspondência
Caixa Postal 20796 - CEP 01498 - São
Paulo - SP - Brasil

INFORMACIONES

LAS COMUNICACIONES EN EL AÑO 2000

Del lunes 12 al viernes 16 de noviembre de 1984, se efectuó en la sede de CIESPAL en Quito - Ecuador, el Seminario Internacional denominado **LAS COMUNICACIONES EN EL AÑO 2000**. El evento contó con el apoyo técnico y financiero de la Fundación Friedrich Ebert y de Radio Nederland y formó parte de los actos oficiales programados con ocasión del 25o. aniversario de CIESPAL.

Al Simposium asistieron unos 300 participantes, quienes asistieron a las conferencias desarrolladas por los principales funcionarios de medios y organismos vinculados a la comunicación, procedentes especialmente de Estados Unidos, Europa y Japón.

El propósito del evento fue el de reconocer los pasos vertiginosos que se vienen produciendo en la revolución microelectrónica a nivel mundial, lo que está generando impresionantes transformaciones en los países industrializados. El Simposium buscaba también posibles respuestas frente a las preocupaciones que un fenómeno con éste puede provocar muy pronto en América Latina. En la agenda distribuida a los participantes, CIESPAL orientaba ya el rubro que el evento debía tomar, planteando algunas interrogantes que recogían esas preocupaciones: ¿Cuál puede y debe ser la respuesta latinoamericana al desafío microelectrónico? ¿Le ayudará la rápida asimilación de las nuevas tecnologías de comunicación e información a acelerar y profundizar sus procesos de crecimiento y desarrollo integral y acortar la brecha, o significará su introducción el peligro de una exacerbación aún mayor de su relativo atraso y desequilibrio interno? etc.

A nuestro juicio, la iniciativa de efectuar un evento como este fue y es de un gran valor precisamente porque la temática tratada, las **NUÉVAS TECNOLOGIAS Y SUS IMPLICANCIAS SOCIALES**, se inscribe dentro de lo que constituye ya una preocupación central para los más importantes Organismos Internacionales y especialmente para los pueblos de América Latina que ven con suma preocupación los giros políticos y las consecuencias, sociales y económicas que se derivan de los diversos usos y formas de desarrollo a las que están sometidos hoy los medios de Comunicación Social.

FUERON POR "Iana" Y SALIERON TRASQUILADAS

La demanda intentada por diez transnacionales del cine contra diez empresarios venezolanos, por el presunto delito de grabar y/o comercializar películas de video-cassette, no prosperó. El Tribunal V en lo Penal no encontró fundamentos legales que sustentaran la denuncia y sobreseyó el juicio el 14 de febrero pasado.

Hace tres años y medio esos empresarios fueron acusados de "piratas" por reproducir videocintas y se les secuestraron 35 mil películas en video-cassette.

Ahora la Asociación Venezolana de Video y Sonido (AVEVISO), representada por el ingeniero Rubén Darío Bustillos, su presidente, intentará una demanda estimada en 500 millones de bolívares por los perjuicios morales y profesionales ocasionados a los nueve comerciantes, dentro de lo que consideran una "cacería" típica del "Terrorismo Judicial".

Así las cosas, les tocará su turno, en el banquillo de los acusados, a la Warner Brothers, Paramount, Metro Goldwing Meyer, 20th. Century Fox, Walt Disney Productions, Columbia Picture, Warner Communications, Universal City Studios, United Artist of Trinidad y la Magnetic Corporation, quienes tendrán que responder por una serie de demandas civiles, mercantiles y penales por los delitos de difamación y calumnia. Los acusados directos serán los representantes legales de dichas empresas en el país, los cuales cedieron poderes amplios al bufere de Raymond Aguiar para proceder contra los nueve comerciantes venezolanos.

LA OCIC INVITADA A CUBA

La Oficina Católica Internacional de Cine fue invitada oficialmente por la dirección del Festival y por el Ministerio de la Cultura de Cuba a participar en el festival internacional del nuevo cine latinoamericano en La Habana, del 8 al 18 de diciembre pasados.

Por primera vez, la organización fue invitada a dicho festival que existe desde hace seis años y se ha convertido en la manifestación cinematográfica más importante de todo el continente. En este, sexto Festival Internacional del Nuevo Cine Latinoamericano se han mostrado 200 filmes y han participado más de 500 cineastas.

De las películas programadas "Memoria de la cárcel" del brasileño Pereira dos Santos ganó el premio para ficción y la española "Todo es ausencia" de Rodolfo Kuhn, el de documentales. Por su parte la OCIC premió el film "Diles que no me maten" del venezolano Freddy Siso, ganadora anteriormente en el Festival de Mérida —Venezuela—, y otorgó una mención a la producción "Gregorio" del grupo peruano Chaski. El público acogió con gran emoción el premio de la OCIC para film documental de Fernando Birri "Remitente Nicaragua: Carta al mundo", que expresa su fe en los valores sociales, culturales y espirituales de la América Latina y aporta una visión de esperanza en el futuro.

FESTIVAL DE CINE IBEROAMERICANO EN HUELVA

Las películas argentinas "Los chicos de la guerra", de Bebe Kamin, y "Asesinato en el senado de la nación", de Juan José Cueto, compartieron el "Colón de Oro", máximo galardón del X Festival de Cine Iberoamericano (XI, 84). El largometraje "Los chicos de la guerra" obtuvo además el premio de Radio Exterior de España, otorgado a la película que reflejaba con mayor fidelidad los problemas sociales y políticos que sufre Iberoamérica en la actualidad. El "Colón de Oro" a la mejor interpretación fue para el actor colombiano Frank Ramírez, por su actuación en "Cóndores no se entierran todos los días".

"La Carabela de Plata" de la crítica fue para la película "Cóndores no se entierran todos los días", de Francisco Norden, y mención especial a "El norte" El Colón de Oro" del público, otorgado por votación, fue para el "El norte", seguido de la española "Un par de huevos" de Francesco Bellmunt, y "Los chicos de la guerra". El "Colón de Oro" al mejor cortometraje lo obtuvo "Mujer ante el espejo" de la cubana Marisol Trujillo.

EL PROYECTO TRI-STAR AL RESCATE DEL CINE

En estos últimos años hemos asistido al fenómeno de la integración creciente entre la indus-

tria cinematográfica y televisiva. Los gigantes, lejos de desgastarse en una competencia que va quedando para los discursos de economía, tienden a potenciarse. En Estados Unidos precisamente acaba de darse un paso decisivo que sin duda va a incidir en el mercado internacional.

El Departamento de Justicia norteamericano dió luz verde al proyecto de construcción del primer gran estudio en Hollywood en los últimos 40 años. "Tri-Star Pictures" nace a consecuencia del enorme cambio que la televisión por cable y los sistemas de reproducción por video han operado en la industria del cine. El proyecto está financiado a partes iguales por la cadena de televisión CBS, Columbia Pictures, también parte de la Coca Cola Company, y Home Box Office (HBO), la mayor parte de las cadenas de televisión por cable —con casi 12 millones de suscriptores— controlada por el grupo editorial "Time-Life".

La luz verde al proyecto "Tri-Star" llega tras una larga batalla legal en la que se ha ventilado el futuro de la industria del cine. La acusación de la competencia por supuestas prácticas que violaban la ley antimonopolística no fue aceptada por el Tribunal Supremo que, para compensar, autorizó la fusión de la segunda y tercera cadenas de cable: "Showtime" y "The Movie Channel", cuyo número de suscriptores se acercará ahora a los ocho millones.

El sistema que Tri-Star va a utilizar podía ejemplificar los procesos de producción y distribución de la industria cinematográfica de la década de los ochenta. Abrumada por unos costes de producción gigantescos —entre 10 y 30 millones de dólares por película—, imposibles de recuperar con sólo la distribución comercial, los grandes estudios de Hollywood se veían obligados a poner al mercado un cierto tipo de filme que aseguraran, en lo posible, un éxito inmediato. En el año 1984 se han producido diez películas. Todavía está por verse si la frustración de las mentes creativas de Hollywood, salvo raras excepciones, por los requerimientos de un cine comercial ("exploitation movies") se supera con estos nuevos sistemas de producción y difusión.

En todo caso son previsible la próxima invasión de "Tri-Star" al continente latinoamericano, a través de las bases anteriormente constituidas, y los difíciles retos que se plantearán a la cinematografía nacional ante la penetración transnacional.

UN SATELITE PARA BRASIL, EL PRIMERO

El 8 de febrero de este año fue lanzado el primer satélite brasileño de comunicaciones, con el que se espera poner fin al aislamiento de millares de pobladores de regiones apartadas de esta nación de más de ocho millones de kilómetros cuadrados y 134 millones de habitantes.

El **Brasilsat**, construido por la compañía aeroespacial Spar de Canadá, será colocado en órbita por un cohete francés Ariane-3 disparado desde el centro espacial de Kourou de la Guayana Francesa. El lanzamiento de un segundo satélite construido para Brasil por la misma firma canadiense está previsto para agosto también desde ese centro.

El satélite, el primero de propiedad y operado por un país latinoamericano, "representa el más importante acontecimiento en las comunicaciones brasileñas de los últimos 20 años", dijo el Ministro de Telecomunicaciones Haroldo Correa de Mattos.

"El aislamiento social y cultural de millares de comunidades esparcidas a lo largo y ancho de nuestro territorio terminará. Todo Brasil estará conectado por satélite", declaró el ingeniero jefe de la empresa estatal de comunicaciones EMBRATEL, Helio Henriques.

Desde una órbita a unos 36.000 kilómetros sobre el Ecuador los 24 canales de **Brasilsat** podrán recibir, amplificar y retransmitir simultáneamente 12.000 llamadas telefónicas, 24 transmisiones de televisión o 28.000 llamadas de telex durante un período de vida útil estimado en

ocho años.

Henriques dijo que el satélite entrará en pleno funcionamiento de 40 a 45 días después de ser colocado en órbita, una vez completados los ajustes técnicos necesarios.

Dijo que uno de los cometidos más importantes del satélite será la transmisión de programas educativos de radio o televisión a remotas regiones de Brasil, especialmente a poblaciones de la selva amazónica.

Señaló que el satélite ayudará a mejorar los servicios de salud en esas regiones al conectarlos con los centros médicos urbanos.

Los dos satélites brasileños han costado 123 millones de dólares y los lanzamientos representan un gasto adicional de 58 millones de dólares. El proyecto fue financiado por bancos canadienses y franceses con créditos reembolsables en 14 años, con un período de gracia de cuatro.

El **Brasilsat** sustituyó por completo al sistema nacional de comunicaciones que tenía siete canales de satélite arrendados al sistema Intelsat con un costo anual de 6.500.000 dólares, dijo Henriques,

REFLEXIONES SOBRE UN SEMINARIO

El **Seminario Comunicación Alternativa** que se viene dictando en la Escuela de Comunicación Social de la U.C.V. representa para los estudiantes que así lo asuman, un desafío a la formación actual del comunicador social. Reto a la privatización del saber que instituye la Escuela, reto a la profesionalización de la conciencia que sólo funciona para un mercado de trabajo, reto, a la vez que puente, con "otra" realidad que no es la de los "medios" ni el idílico panorama que la Escuela se empeña en presentar. Reto como propuesta en desarrollo que, al poner al comunicador frente a la realidad de la comunicación cotidiana, a los procesos que se gestan en la base social, remite a éste a la impugnación de su propio status.

En otras palabras, para quienes no pensamos que la Universidad debe funcionar como un reductor de la realidad que sólo sirva para "enseñar" sino que debe nutrirse de ésta, el estudio teórico y, en el buen sentido académico, de la Comunicación Alternativa es una posibilidad para abrir espacios a un proceso social que irrumpe, que se desarrolla y ante el cual los comunicadores no pueden seguir de espaldas.

Esta es una opción ética y política, no es una opción académica. No se trata de llevar a la Universidad esos procesos "extraños" que ocurren por allí para analizarlos fríamente y obtener conclusiones teóricamente consistentes. Se trata de tender un puente que, hoy sólo como posibilidad, pretenda unir la formación del comunicador con su inmediatez, de vincularnos humanamente y políticamente con la propuesta de la comunicación popular, con sus procesos, con sus trabas y problemas, en fin con la cotidianidad de la vida social.

La Comunicación Alternativa es un proceso en desarrollo y en crítica constante, no debe pretender en el sentido tradicional tener un statuto teórico y filosófico aceptado, sería su muerte. Por eso, estudiar en la Universidad este fenómeno significa también tomar posición por una visión epistemológica no tradicional que intente "explicar" totalmente los procesos, encontrar estructuras de pensamiento y análisis adecuadas, en fin, reducirlos a un fetiche academicista.

El estudio universitario de la comunicación alternativa, tal como debe entenderlo este seminario, está en un intento por vincularse en primer término a los graves problemas de ubicarse en una base de la práctica pistas y huellas, señalar errores, vislumbrar caminos y posibilidades y fundamentalmente a los estudiantes al imperativo, ya no histórico, sino ético de participar, de hallar allí formas de comunicación que con propiedad les cabe el derecho de ser llamadas sociales.

Obviamente un seminario como éste se enfrenta a los graves problemas de ubicarse en una Universidad y en una Escuela que entienden la cosa al revés. Una Escuela que forma periodistas "para los medios", para el mercado de trabajo y las empresas, bajo la coartada del "progreso y el desarrollo nacional". Una Escuela tecnicista e instrumentalista cuando no falsamente retórica y hueca. Una Escuela que no es más que un engranaje más dentro de la maquinaria reproductora

de la ideología dominante que se disfraza de un discurso de amplitud y democracia sólo para mostrar, más allá de su intimidad, la impotencia pedagógica de nuestra educación, para enfrentarse a la realidad.

Hoy sólo es posible luchar por abrir y ampliar los espacios académicos siempre y cuando se comprenda que la comunicación alternativa no pretende ningún rango académico porque sencillamente no lo necesita. Los procesos sociales no se legitiman por una teoría o la reivindicación académica que significan unos créditos. La sociedad se construye o se destruye cada día y en las relaciones humanas, más que en su idealización. Por eso luchar por lograr un mayor espacio para la comunicación alternativa y su estudio universitario es plantear no la absorción del proceso por parte de la estructura universitaria sino la integración, la "salida a la calle" de la Universidad. Peligroso riesgo que representa un vuelco radical. Es hacia afuera y no hacia adentro que la comunicación alternativa debe vincularse a la Universidad y a la Escuela de Comunicación Social particularmente.

Son los comunicadores los que deben salir a participar, a observar, a integrarse a los procesos. Haciendo talleres, participando en actividades y pequeños proyectos, aportando como uno más y sin la titularidad falsa que brinda la Universidad; un caudal de inquietudes y propuestas. Este no pretende ser un proceso masivo, serían falsas expectativas. Vale más ir promoviendo grupos pequeños de reflexión, dentro de los cuales algunos estudiantes preocupados pueden comenzar a participar de esta posibilidad.

Si el seminario debe modificarse debe ser en función de profundizar su línea actual y fortalecerla. Es decir, en avanzar en la vinculación de la Escuela con otros grupos, en promover la participación directa de los estudiantes en actividad, en crear vínculos permanentes de información y comunicación, en el intercambio de experiencias, en "salir más a la calle". Este es el papel que se le asigna a un seminario que debe seguir siendo modesto sólo para fortalecerse. La otra parte, ya no cabe sino en los profesionales, en los comunicadores, en los propios estudiantes. Asumir el compromiso de integrarse a una realidad nueva, compleja, de tener la posibilidad de participar en términos de igualdad, de nutrirse en esos procesos, es lo que se nos propone a partir de la reflexión del seminario.

Hoy no es posible esperar un cambio en la conciencia de quienes dirigen el proceso educativo del país, por el contrario lo que se anuncia es la reimposición autoritaria de viejas tesis ya desechadas, de una cruzada del pasado y de la reacción. Por eso, a los que estamos vinculados a una conformación que no compartimos en gran parte, la opción de lo alternativo se nos presenta como vital.

XX CONGRESO INTERAMERICANO DE PSICOLOGIA

Una de las conveniencias de un bolívar devaluado es que Venezuela comienza a ser sede frecuente de eventos internacionales que ponen al alcance de la mano de los venezolanos la oportunidad de contactar a especialistas mundiales, aunque sea para compartir ideas. Una de esas oportunidades fue el **XX Congreso Interamericano de Psicología** (Caracas, 7-12 de Julio, 1985). Este evento es el segundo de importancia mundial para los psicólogos y reúne, básicamente, a profesionales de esa disciplina de América Latina, el Caribe y los Estados Unidos. En esta oportunidad asistieron aproximadamente 2.000 psicólogos, 800 provenientes del extranjero.

La cantidad de asistentes y la diversidad de temas tratados obligó a una compleja organización que implicaba la realización de hasta 8 actividades simultáneas (conferencias, talleres, mesas redondas, presentación de trabajos libres, simposio, etc.) durante 10 horas ininterrumpidas durante 5 días.

El evento fue un excelente espacio de encuentro para que los psicólogos latinoamericanos, tan limitados en posibilidades de publicación, divulgaran el trabajo de investigación que realizan. Una conclusión implícita entre los asistentes y periodistas que cubrieron el Congreso es que en Latinoamérica se está desarrollando una psicología con cuerpo propio aún cuando todavía tenga mucha influencia —en lo teórico y metodológico— de los modelos de Estados Unidos y Europa. Un planteamiento reiterado fue que la problemática psicológica de las personas y grupos de Latinoamérica exige un tratamiento y soluciones cónsonas con nuestras realidades. Al res-

pecto, Isabel Reyes Lagunes (México), presidente saliente de la Sociedad Interamericana de Psicología (SIP), opinó: "En latinoamérica no inventamos la psicología social a la psicología política pero el tipo de trabajo que estamos haciendo, dado los conflictos en que vivimos, es una evidente contribución a esas áreas".

De hecho la presencia de Paulo Freire, como invitado especial, no fué sólo un símbolo sino una pauta de lo que serían muchas de las deliberaciones en el Congreso. La necesidad de establecer el vínculo entre la realidad socio-política con los factores psicológicos también fue destacada por el salvadoreño, Ignacio Martínez-Baró, quien presentó un trabajo sobre la relación entre conciencia política y econciencia religiosa y la desideologización como un aporte de la psicología social al desarrollo de la Democracia en América Latina. Pero, quizás, el trabajo que más impacto produjo entre los asistentes fué el de la representante chilena quien presentó el seguimiento de casos de víctimas de torturas (incluyendo niños) bajo el régimen de Pinochet).

NUEVAS TECNOLOGIAS DE INFORMACION Y POLITICAS CULTURALES

Del 28 al 31 de enero pasado se realizó el Seminario Internacional **Nuevas Tecnologías de Información y Políticas Culturales**, en la sede de la Junta del Acuerdo de Cartagena, en Lima, Perú.

Este Seminario viene a ser la culminación del proyecto: Nuevas Tecnologías de Información y Políticas Culturales —Diagnóstico Situacional, Diseño Prospectivo, Banco de Datos y Seminario Internacional, que llevó a cabo el Centro de Estudios sobre Cultura Transnacional (IPAL), con el auspicio del Centro Internacional de Investigaciones para el Desarrollo (CIID) del Canadá.

Los objetivos generales del evento fueron:

- Analizar los efectos que la introducción de nuevas tecnologías de información tiene sobre el contexto político, social y cultural de nuestros países.
- Establecer líneas de investigación y proponer políticas dirigidas a contrarrestar los efectos negativos y reforzar los positivos de la introducción de las nuevas tecnologías de información.
- Crear una red de información e investigación sobre las tecnologías de información.

Hubo consenso, en cuanto a conclusiones, sobre los siguientes aspectos:

- El papel de las Nuevas Tecnologías de Información es crucial en cuanto a la proyección de una homogenización cultural, pues ellas se basan en una nueva y diferente economía política.
 - Deben ser crecientemente fortalecidas y apoyadas todas las iniciativas destinadas a incrementar la cooperación horizontal para un desarrollo sostenido de la región latinoamericana.
 - Es fundamental la colaboración entre los investigadores y las políticas gubernamentales, que debe permitir la producción de investigaciones y conocimientos aptos para la formulación de políticas.
 - Todo lo anterior hace particularmente relevante la formulación de políticas y en particular de políticas culturales frente a las nuevas tecnologías. Lo cual permitiría definir el momento, la cuantía y las modalidades de introducción de nuevas tecnologías de información.
-

UN ENCUENTRO PARA LA REFLEXION

Las dudas y las expectativas se encontraron en Caricuao para verse las caras y discutir sobre **Comunicación Alternativa**. La primera conclusión a la que llegaron —por cierto— fue la de olvidar por los momentos el calificativo por aquello de que nadie se identificaba con el "paradigma de lo alternativo"

También acudieron al encuentro las experiencias. Por allí estuvo la gente de **La Voz de Cariacou** (los anfitriones), el **Equipo Cuartilla** (gremial), **La Asociación de Prensa Vecinal** y **El Grupo 80** de la UCV. Entre las 10 de la mañana del sábado 15 de junio y las 5 de la tarde, dudas, expectativas y experiencias trataron de recorrer un camino pedregoso mientras el clima se iba haciendo cada vez más estimulante por el encuentro.

Organización y organizaciones vinculadas permanentemente tanto para la práctica como para la teoría, fue la proposición concluyente de cada una de las intervenciones. Estrechar y sistematizar los vínculos es la alternativa (en minúsculas). Terminó la discusión y se fijaron propuestas de difusión.

Entre los planteamientos más importantes, sintetizamos los siguientes:

- Las escuelas de Comunicación Social sólo forman fuerza de trabajo para la empresa periodística, o si se quiere de Medios de Difusión.
- El comunicador está formado según una visión limitante que restringe el campo de acción y las perspectivas de trabajo sólo a los grandes medios.
- Existe una gran contradicción entre el derecho universal a la información y la comunicación, y la existencia de los periodistas.
- El periodista es una raza en franca extinción.
- Los periodistas deben plantearse otras posibilidades de trabajo: empresas autogestionarias, periódicos populares, TV por cable y otros medios de difusión.
- Se ha establecido un "paradigma de lo alternativo" que encasilla los intentos de comunicación y organización.
- Es preferible hablar de comunicación vecinal, comunicación popular, comunicación participativa, etc.
- Es necesario estrechar vínculos entre las distintas experiencias vecinales, gremiales, estudiantiles y sindicales.
- Las diversas experiencias comunicacionales deben dirigir sus esfuerzos hacia la utilidad económica y la utilidad social.
- Es necesario implementar formas de comunicación popular de mayor alcance como la televisión por cable, la obtención de una emisora en FM o la asociación de prensa vecinal.
- Las Escuelas de Comunicación Social no pueden seguir ajenas al desarrollo de experiencias de comunicación popular. Pero el acercamiento y comprensión de dichas experiencias debe realizarse en el contexto de las mismas.
- Cualquier elaboración teórica sobre la comunicación alternativa debe partir del estudio exhaustivo, contextualizado y global de esas prácticas.
- La democratización de los medios no puede ser sólo a lo interno de la empresa periodística, es decir, no es sólo para los periodistas y los trabajadores de la prensa.
- El acceso a la información por parte de las masas no implica sólo la posibilidad de comunicar a través de los grandes medios, sino que deben crearse otros mecanismos de ejercicio de la comunicación como son periódicos, emisoras de radio y otros que surjan en las localidades como alternativas autónomas y autogestionarias.
- El CNP y el SNTP están en proceso de democratización, la cual disfrutarán no sólo los periodistas sino todos los trabajadores de la prensa.
- El Gremio y el Sindicato se comprometen a establecer relaciones permanentes con todas las experiencias de comunicación y estimularlas integrándolas a su plan de trabajo.
- Las nuevas formas sociales de organización a todos los niveles han sido estudiadas por la Universidad de manera aislada y superficial.
- La formación que reciben los estudiantes de comunicación social es fragmentaria y, por lo tanto, sus egresados no están en posibilidad de contribuir con las experiencias de comunicación popular.
- La comunicación popular no debe constituirse en campo de trabajo para los periodistas porque sería apartar a las comunidades de sus propios medios de comunicación.
- La función de los periodistas debe ser la de animadores de las comunidades para que éstas participen en todo el proceso de elaboración de su alternativa comunicacional.

REPUNTE DEL CINE VENEZOLANO

A pesar de la crisis económica y de la reducción de los créditos de Foncine, la producción cinematográfica venezolana ha logrado superar la media de realizaciones anuales, alcanzando el número de 14 films, y batiendo los récords de recaudación de taquilla.

Las catorce películas, de muy desigual valor artístico, son las siguientes según el rango de recaudación: 1) Homicidio culposo (17.941.000), 2) Cangrejo II (6.348.000), 3) Retén de Catia (6.296.000), 4) Adiós Miami (3.754.000), 5) Operación Chocolate (3.087.000), 6) Agua que no has de beber (2.882.000) 7) Caminos verdes (1.048.000), 8) Coctel de camarones (905.118), 9) La muerte insiste (780.000) 10) La casa del agua (507.000), 11) La última rosa (263.000) 12) Morituri (245.091), 13) El iluminado (38.239), 14) Tres tristes trópicos (27.080).

El éxito más notable ha sido el de "Homicidio Culposo" al lograr la recaudación más alta de las producciones nacionales en toda nuestra historia cinematográfica, y al superar en el mismo año 1984 a las grandes producciones extranjeras (Sobreviviendo, Karate Kid, Flashdance, Indiana Jones, El regreso de Jedi, Splash, Tiburón 3-D etc.).

El salto en la comercialización del cine venezolano se atribuye a varios factores: la mejor realización técnica, la utilización de argumentos sensacionales inspirados en los acontecimientos nacionales, el reparto de actores consagrados por la televisión, y, sobre todo, la utilización de la publicidad televisiva. De hecho las cinco primeras películas del rango mercantil combinan en mayor o menor grado estos ingredientes. El caso más notable es el de "Homicidio culposo", cuyos costos publicitarios se han estimado en unos 8 millones de bolívares, casi un tercio de su recaudación total.

Sin embargo, estos aciertos en la vía de la industrialización del cine, no se han visto compensados con realizaciones que merezcan engrosar el acervo artístico del cine venezolano. Casi todos los críticos coinciden en el valor mediocre del conjunto de las realizaciones, a pesar de alguna creación prometedora como "La casa del agua" de Jacobo Penzo, premiada como mejor largometraje de ficción venezolano por la Asociación Venezolana de Críticos.

CONVENIO SELA — IBI

El director general de IBI, Oficina Intergubernamental para la Informática, Profesor Fermín Bernasconi, firmó un importante acuerdo de cooperación con el Sistema Económico Latinoamericano — SELA — que tiene su sede en Caracas, en el mes de abril.

El IBI y el SELA trabajarán en forma conjunta para llevar adelante proyectos de investigación en el área de la informática y la comunicación, sector fundamental para el desarrollo y la integración regional.

Según Bernasconi, el 95 por ciento de las investigaciones en informática se realizan en no más de una docena de países desarrollados, y el 98 por ciento de las inversiones en su investigación y desarrollo se concentran en Japón y Estados Unidos. Debido a ello la IBI promueve los agrupamientos regionales y los convenios de cooperación, que tengan como eje el binomio informática —soberanía como estrategia para la integración regional.

La IBI, con sede en Roma, cuenta con la participación de cuarenta países, y su presupuesto de 40 millones de dólares anuales es recolectado según las normas de las Naciones Unidas para este tipo de foros internacionales: cada quien aporta según su producto territorial bruto y según su propio bienestar. Considerado como un organismo modelo, destina el 75 por ciento de su presupuesto para investigación y desarrollo y el resto para gastos burocráticos.

Al término de su visita a Caracas, el Director de IBI insistió en la conveniencia de construir soluciones apropiadas para los países en desarrollo, ya que una incorporación directa de tecnologías más que resolver problemas, genera otros nuevos y más agudos.

Actualmente IBI está comercializando antenas de recepción de satélites, que fueron liberados del secreto militar en 1982. Con sólo 80 cm. de altura y cuatro salidas (micrófones, impresores y otros periféricos) cuesta 3.000 dólares. También está comercializando un sistema selectivo de distribución de información (Ibinet) vía satélite que funcionará para el servicio de noticias. Instala-

do ya en México por la agencia estatal Notimex, ha sido ofrecido a Colombia, Ecuador, Chile y Argentina. Es el mismo sistema aprobado ya en Roma por la agencia IPS, con sede en Roma, y servidora de los boletines semanales que emite IBI para todo el mundo.

SEMINARIO SOBRE PERIODISMO INDEPENDIENTE REALIZADO EN EL ILET

El 12 y 13 de abril de 1985 concluyó el Seminario "Periodismo Independiente: ¿Mito o Realidad?" organizado por el Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales (ILET). Dicho seminario se desarrolló en el marco del proyecto "Estudio de las prácticas periodísticas independientes en el Cono Sur", dirigido por el periodista Fernando Reyes Matta y con la participación de Jorge Andrés Richards y Guillermo Sunkel.

Durante dos días los directores de las revistas suspendidas por el Gobierno, Juan P. Cárdenas de Revista Análisis, Marcelo Contreras de Revista APSI, Edwin Harrington de Revista Cauce, Antonio de la Fuente de La Bicicleta, Gregorio Goldenberg de Pluma y Pincel, Jorge Donoso ex Director del Periódico Fortín Mapocho, más Abraham Santibáñez, sub-director de Revista Hoy el sacerdote Renato Hevia director de Mensaje, debatieron a fondo una serie de problemáticas relacionadas con los procesos de comunicación.

La discusión se centró principalmente en analizar el "periodismo de emergencia" que estas publicaciones independientes han desarrollado los últimos años en Chile.

Otras temáticas abordadas fueron el rol de los actores sociales, la militancia en el periodismo, la autonomía profesional y particularmente la búsqueda de la verdad, con el objeto de encontrar fórmulas reales y viables para ejercer un periodismo independiente en un futuro democrático.

En la discusión también participaron el Presidente del Colegio de Periodistas, Ignacio González, el Presidente del Consejo Metropolitano de la orden, Pablo Portales y los Consejeros Lidia Balra y Gustavo Pueller.

De la misma forma, hicieron su aporte representantes de distintas instituciones de estudio, como ECO, CED, CENECA, ICECOOP y TIAC, como asimismo investigadores del propio ILET, entre otros su Director Ejecutivo, Juan Somavía.

El proyecto que sirvió de marco al Seminario le asigna especial atención al desarrollo periódico que ha tenido lugar bajo los regímenes autoritarios y pretende identificar el aporte que diversas revistas de estos países han hecho a la redemocratización.

ENCUENTRO DE BARINAS: UNA NUEVA VENEZUELA

Los delegados comenzaron a llegar. Gente de todas partes del país se reunían para entablar un diálogo que mostrara que es posible vivir y pensar a Venezuela de otra manera. Por eso, la atmósfera de vitalidad y alegría del "Encuentro de Barinas" o como también —y de manera más formal— lo llamaron, "Encuentro Nacional de los Nuevos Movimientos Sociales y el Pensamiento Crítico", sirvió para compartir angustias y sueños, dudas y esperanzas. Los más diversos y variados matices del pensamiento encontraron posibilidades fraternales para confrontarse durante los tres días de intensa y acalorada polémica viva, que desde el 17 al 20 de abril de 1985 protagonizaron grupos de ecologistas, cooperativas, grupos feministas, indigenistas, intelectuales y talleres de investigación que convergieron en la Universidad Experimental de Los Llanos, que sirvió de sede.

Este encuentro, sirvió para mostrar que es posible conquistar un espacio autónomo para la reflexión, que rompa con el doctrinarismo y el empirismo. De allí salieron importantes conclusiones y nuevas interrogantes para seguir profundizando en base a la experiencia del movimiento popular, y la posibilidad de encontrarse de nuevo para realizar eventos similares en los meses venideros.

Aunque todo parezca demasiado quieto en nuestro país, hay hombres y mujeres que diariamente transitan por un piso distinto, que ellos mismos, con su esfuerzo, han creado. Pensando la realidad con criterio propio y diferenciado de lo caduco. Se construye una posibilidad alter-

nativa. Así lo demostró, el trabajo presentado por Argenis Giménez, quien desde el movimiento campesino de "Santa Inés", nos trajo su experiencia. Fruto Vivas, el viejo luchador presentó trabajos sobre Nuevas Tecnologías. Marisela Rodríguez por su parte, expuso un interesante material sobre los Movimientos Feministas. Félix Jesús Castro, trabajó sobre la Medicina Popular Alternativa y Nelson Alvarado propuso una importante reflexión sobre los Nuevos Grupos de Base en el Movimiento Estudiantil. La contribución de Luis Delgado sobre el Movimiento Cooperativo en Venezuela; la experiencia de Silvio Villegas en el Gremialismo. También se presentaron trabajos sobre el papel del intelectual en los procesos de cambio y sobre el partido existente.

En fin, todo una constelación de problemas y preocupaciones expresados en trabajos de serio y sesudo contenido. Tratados con frescura y profundidad. Señalando un camino donde es posible soñar y diseñar caminos nuevos para que transite la esperanza de un proyecto alternativo.

Crear espacios para la búsqueda y la reflexión, acercarnos a la verdad por medio de la práctica consciente y libertoria y profundizar el debate fraternal, son la enseñanzas de Barinas. Ir desbloqueando las posibilidades de avanzar y generar esfuerzos para confraternizar e irnos conociendo es un aporte fundamental.

Peró también el encuentro de Barinas nos acerca a un país de hombres y mujeres con sensibilidad y voluntad transformadora que pueden encontrarse en la diversidad, en la diferencia y la autonomía, en la radicalización de la conciencia e imbuidos en la certeza de que el trabajo paciente como pueblo es la única garantía de construir una voluntad política colectiva capaz de construir y sembrar una nueva esperanza.

CONCENTRACION EN LA TELEVISION DE EE.UU.

El proceso de concentración de la propiedad de los medios de difusión, iniciada primero en la prensa escrita, ha seguido una tendencia similar en la televisión norteamericana. Tres grandes casos.

Hace poco la empresa Capita Cities Communications (CCC) pagó la suma de 3.500 millones de dólares para hacerse con la propiedad de la cadena American Broadcasting Corporation (ABC), la tercera red en importancia dentro de la televisión norteamericana. La empresa ABC tiene unas 214 estaciones afiliadas, siendo la productora de series de éxito mundial, como "Dinastía", "Los Angeles de Charlie", "Hotel" y otras, además de estar especializada en deportes, noticias, etc. Uno de sus logros televisivos modernos fue la transmisión en exclusiva de las Olimpiadas de Los Angeles, en 1984. Por su lado, la empresa compradora CCC —uno de cuyos copropietarios es el ex-director de la CIA William Casey— controla estaciones de radio y televisión por cable, así como varios diarios y revistas. Las entradas brutas de ABC el año pasado alcanzan la cifra de 3.700 millones de dólares, contra 949.7 de la empresa que la compró.

Rupert Murdoch, magnate judío-australiano de la prensa, con intereses periodísticos en tres continentes, y su socio norteamericano Marvin Davis, magnate petrolero, llegaron a un acuerdo con la empresa MetroMedia Inc para la compra de siete (7) estaciones de televisión, localizadas en Washington, Boston, Los Angeles, Chicago, New York, Houston y Dallas. Según la Ley Norteamericana el Sr. Murdoch se tendrá que nacionalizar, ya que ningún extranjero puede poseer más del 20% de las acciones directamente (o el 25% indirectamente) de una estación de televisión en los EE.UU. Además de esto, ninguna persona jurídica o empresa alguna puede poseer una estación de televisión y un medio de prensa al mismo tiempo y en la misma ciudad. Esta reglamentación entra en abierto conflicto con la compra reciente de las estaciones de televisión, ya que el Sr. Murdoch es propietario, además, del prestigioso The Boston Herald, The New York Post, The Chicago Sun-Times, el semanario neoyorkino Village Voice, The San Antonio Express, etc. Pero el Sr. Murdoch no se contenta sólo con la televisión y la prensa. El magnate posee el 49% de las acciones de la empresa News Corp. Ltd., que a principios de año compró el 50% de las acciones de la Twenty Century Fox.

También recientemente, la TAFT Broadcasting Company compró la Gulf Broadcasting Corporation y el magnate de la Televisión por Cable Ted Turner, propietario de la Turner Broadcasting System, está intentando comprar la cadena de televisión CBS, una de las más grandes y po-

derosas cadenas de la televisión norteamericana, que como se sabe pertenece a la Coca-Cola. En una rueda de prensa, dada a continuación de una reunión a puerta cerrada con los analistas que que estudian su propuesta, Turner afirmó que "no intentamos hacer ningún cambio radical en la CBS". Habló también de buscar "más calidad, mejorando la programación que CBS transmite diariamente". Turner planea comprar 21 millones de acciones de la CBS, lo que supone alrededor de 2.900 millones de dólares, equivalente al 67% de todo su capital y posteriormente unificar la empresa a su Turner Broadcasting System.

Y esto no es el final de negociaciones parecidas, sobre todo, en el campo audiovisual y de la informática. Diversas empresas poderosas, como ITT, IBM, Philips, etc., están proyectando nuevas funciones.

SIGNIFICATIVO TRIUNFO DEL "GREMIALISMO ALTERNATIVO"

El 10 de Mayo el Grupo "Cuartilla" ganó las elecciones del Sindicato Nacional de Trabajadores de la Prensa. Un mes más tarde, el 14 de Junio, las elecciones del Colegio Nacional de Periodistas (Seccional Distrito Federal) eran también ganadas por el mismo Grupo "Cuartilla". Pensamos que esas dos victorias no responden a algo accidental y, desde luego, están cargadas de profundo significado.

"Cuartilla" está formado por un grupo relativamente pequeño de jóvenes periodistas, no afiliados a partido político alguno, que desde hace unos cuantos años vienen trabajando sistemáticamente y ensayando un nuevo concepto y una nueva práctica de gremialismo en el mundo de la prensa. Coherentes, pero no sectarios. Consecuentes, sin intolerancia. Genuinamente radicales. La fortaleza de un gremio —piensan— está en razón directa de la participación de sus bases y de la democratización de su estructura y funcionamiento. Piensan también que el periodista es, primero que nada, un trabajador calificado más dentro del complejo mundo de la prensa. Piensan muchas cosas más, porque el espíritu que los caracteriza es el de la búsqueda y el de la creatividad. Algunas de sus ideas y la reseña de sus preocupaciones y esfuerzos diarios puede encontrarlas nuestro lector en su revista mensual "Cuartilla". El Grupo se reúne todos los jueves, a las 8:00 p.m., en la Biblioteca "Absalón Bracho" del Colegio Nacional de Periodistas. Las puertas están siempre abiertas, porque ellos se mueven siempre en espacios de frescura y de encuentro.

Al margen de otras consideraciones que podrían hacerse, no cabe la menor duda de que, en el mundo gremial de la prensa venezolana, triunfó un movimiento que responde a una concepción verdaderamente "alternativa" de la comunicación social. Ello motiva nuestra alegría y alienta nuestra esperanza. El reto es difícil. Las expectativas grandes.

ROMULO GALLEGOS: NOVELA Y CINE

La conmemoración del primer centenario del nacimiento del afamado novelista Rómulo Gallegos, fue motivo para organizar una serie de eventos comunicacionales en torno a su figura y obra. Por una parte el Canal 2 de TV. de Caracas adoptó para la pequeña pantalla una serie seleccionada de sus mejores cuentos. A su vez la Cinemateca Nacional programó la proyección de las adaptaciones fílmicas de sus novelas más importantes (Doña Bárbara, Cantaclaro, Canaima, La Trepadora), producidas en México.

En el homenaje de México a Rómulo Gallegos, efectuado el 10 de abril en el Ateneo de Caracas, el director de la Cinemateca, Rodolfo Izaguirre, expuso nítidamente las vinculaciones entre la obra creativa de Gallegos y su incidencia cinematográfica. En primer lugar destacó su fuerte intuición sobre la importancia del cine hasta el punto de que en una época aún primitiva del cine venezolano, él mismo se constituyó en guionista de "Juan de la Calle", única película de largometraje que llegó a producir la Empresa Avila Films, creada por Gallegos con el propósito de filmar "Doña Bárbara".

Posteriormente, según Rodolfo Izaguirre, Gallegos se vinculó con la única industria cinematográfica existente para la época en América Latina, la mexicana (1943). El cine mexicano fue

adaptando sucesivamente las novelas más difundidas (Doña Bárbara, Cantaclaro, Canaima, La Trepadora . . .), pero el excesivo respeto al texto literario restó vuelo cinematográfico a la narrativa visual.

Finalmente el director de la Cinemateca concluyó su disertación con una crítica al cine latinoamericano, aún excesivamente hablachento y discursivo, y con un reto especialmente lanzado a los cineastas venezolanos: "Queda abierto, ahora, a nosotros sus compatriotas, el compromiso de llevar a más de cuarenta años de distancia en el tiempo, pero no en el afecto a México y al cine de entonces, esas novelas a nuestra propia cinematografía".

Assinaturas: INTERCOM — Caixa Postal 2793
01000 — São Paulo — Sp.

BOLETIM 

36 INTERCOM



PUBLICACIONES DEL Centro Gumilla

CURSO DE FORMACION SOCIO POLITICA

1. Venezuela: Análisis y Proyecto
 2. Colonia y Emancipación en Venezuela
 3. Venezuela Republicana: siglo XIX
 4. Democracia y Dictadura en Venezuela: siglo XX
 5. Historia de la Lucha Armada en Vzla.
 6. Realidad Venezolana
 7. Venezuela en cifras: Indicadores y Estadísticas
 8. Análisis Socioeconómico de Venezuela I
 9. Análisis Socioeconómico de Venezuela II
 10. Venezuela y su Petróleo I
 11. Venezuela y su Petróleo II
 12. La Agricultura en Venezuela
 13. El Productor Agrícola Venezolano
 14. La Existencia Campesina
 15. La Propiedad Privada: Iglesia, Capitalismo, Socialismo
 16. Los Partidos Políticos en Venezuela
 17. El Sindicalismo en Venezuela
 18. Proyecto Nacional y Socialismo
19. El Congreso Nacional: funcionamiento y realidad. (En preparación)
 20. La Justicia en Venezuela. (En preparación)
 21. Municipios y Vecinos. (En preparación)
 22. Las Fuerzas Armadas y la Seguridad Nacional. (En preparación)
 23. Relaciones entre la Institución Eclesiástica y el Estado. (En preparación)
 24. La Política Exterior de Venezuela. (En preparación)
 25. La Educación en Venezuela
 26. Los Medios de Comunicación Social
 27. Problemática de la Ciencia y la Tecnología en Venezuela
 28. Realidad Indígena Venezolana
 29. Proceso Cultural de Venezuela I
 30. Proceso Cultural de Venezuela II
 31. Proceso Cultural de Venezuela III

CURSO LATINOAMERICANO DE CRISTIANISMO

1. Latinoamérica: ¿Paz o violencia institucionalizada?
2. Análisis socio-político de la Iglesia latinoamericana
3. La Iglesia latinoam. busca su rostro
4. Tipos cristianos en Latinoamérica hoy
5. El Exodo
6. Liberación y Liberaciones
7. Proyectos Pastorales en la Iglesia Latinoamericana
8. Cautiverio y Creación
9. Libros sapienciales: mujeres, plata, poder
10. Los Cristos de América Latina
11. Jesús de Nazareth
12. El nacimiento de la Iglesia
13. El Constantinismo en la Iglesia
14. Cuando la Iglesia hizo Pueblos
15. La Síntesis del Cristianismo Medieval

CRISTIANISMO HOY

1. Proceso histórico de la Iglesia Vziana.
2. Cómo leer el Antiguo Testamento
3. El Antiguo Testamento leído al pueblo
4. Cómo leer los Evangelios
5. La Eucaristía: la comida de la comunidad cristiana
6. Fe, compromiso y derechos humanos en Latinoamérica
7. El protestantismo ayer y hoy
8. Cristo, una buena noticia
9. El Sacramento de la Reconciliación
10. Tradiciones y tendencias en el Antiguo Testamento

PENSAMIENTO TEOLOGICO EN VZLA

11. I: Durante la Colonia
12. II: Durante la Emancipación
13. III: F. Toro - los Liberales
14. IV: Siglo XX

COLECCION

TEMAS DE ACTUALIDAD

1. ¿Qué vas a hacer con tu vida?
2. La corrupción en Venezuela

CURSO DE

ORGANIZACION POPULAR

1. Venezuela neo-capitalista
2. Venezuela socialista
3. Venezuela cooperativista
4. Poder popular cooperativo
5. Promoción y precooperativa
6. La cooperativa adulta
7. Curso básico de cooperativismo

LA EDUCACION
EN VENEZUELA

4

CERPE - ARTURO SOSA

**PENSAMIENTO
EDUCATIVO
DE
ACCION DEMOCRATICA**

**RAICES E IDEAS BASICAS
(1936-1948)**

CERPE

CENTRO DE REFLEXION Y PLANIFICACION EDUCATIVA

LA EDUCACION EN VENEZUELA

CERPE

Serie de trabajos que recogen la problemática de la Educación en Venezuela: su historia, su filosofía, su sistema, sus contenidos, sus maestros... para la reflexión y búsqueda de perspectivas del presente educativo venezolano

TITULOS PUBLICADOS

1. La educación en los orígenes y creación de la nacionalidad (1498-1830)
2. Organización y consolidación del sistema educativo (1830-1935)
3. La educación en el proceso de modernización de Venezuela (1936-1958)
4. Pensamiento educativo de Acción Democrática: Raíces e ideas básicas (1936-1948)
5. El maestro en el proceso histórico venezolano

DIRIJANSE LOS PEDIDOS A

CERPE - Avenida Blandín - Colegio San Ignacio - Chacao - Apartado 61.393 - Caracas 106 - Teléfono 33.67.21

Furio Colombo
Rabia y Televisión

Reflexiones sobre los efectos
imprevistos de la televisión

COLECCIÓN PUNTO Y LINEA



Rabia y televisión Reflexiones sobre los efectos imprevistos de la televisión

Furio Colombo

Colección «Punto y Línea»
160 páginas, de 20 x 13 cm. ISBN: 968-
6085-71-8
Ptas. 650

La masa de informaciones, espectáculo, cultura, fantasía y *entertainment* que la televisión vuelca en las casas de todos, provoca una serie de reacciones que Furio Colombo examina en este volumen. ¿Qué sucede cuando la televisión llega antes que los socorros a las zonas afectadas por un terremoto? ¿Qué significaron

verdaderamente los diez minutos de silencio en honor a John Lennon? ¿Puede la televisión sustituir a los gobiernos? ¿Cuál es el verdadero papel de las cámaras televisivas en el drama de los rehenes norteamericanos de Teherán? Estos son algunos de los argumentos sobre los que se detiene el autor, dispuesto a comprender, y a hacerle entender al lector la dificultad que existe entre realidad y televisión.

¿Cómo debe leerse televisivamente el fallido intento de golpe de Estado en España del 23 de febrero de 1981? ¿Y los atentados «en directo» (los Kennedy, Luther King, Reagan, Juan Pablo II, Sadat) perpetrados en los últimos años? Estos son algunos de los temas sobre los que se interroga el autor en el apéndice redactado expresamente para la presente edición.

comunicación

ESTUDIOS VENEZOLANOS DE COMUNICACION
PERSPECTIVA CRITICA Y ALTERNATIVA

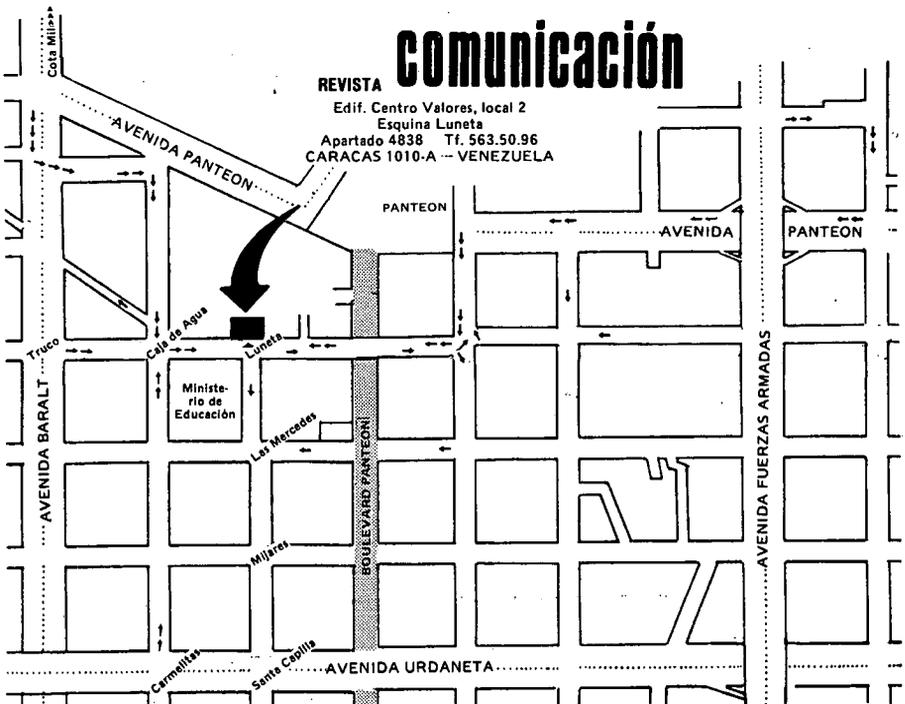
1975
1985

un Trabajo de DIEZ AÑOS



Nueva ubicación del

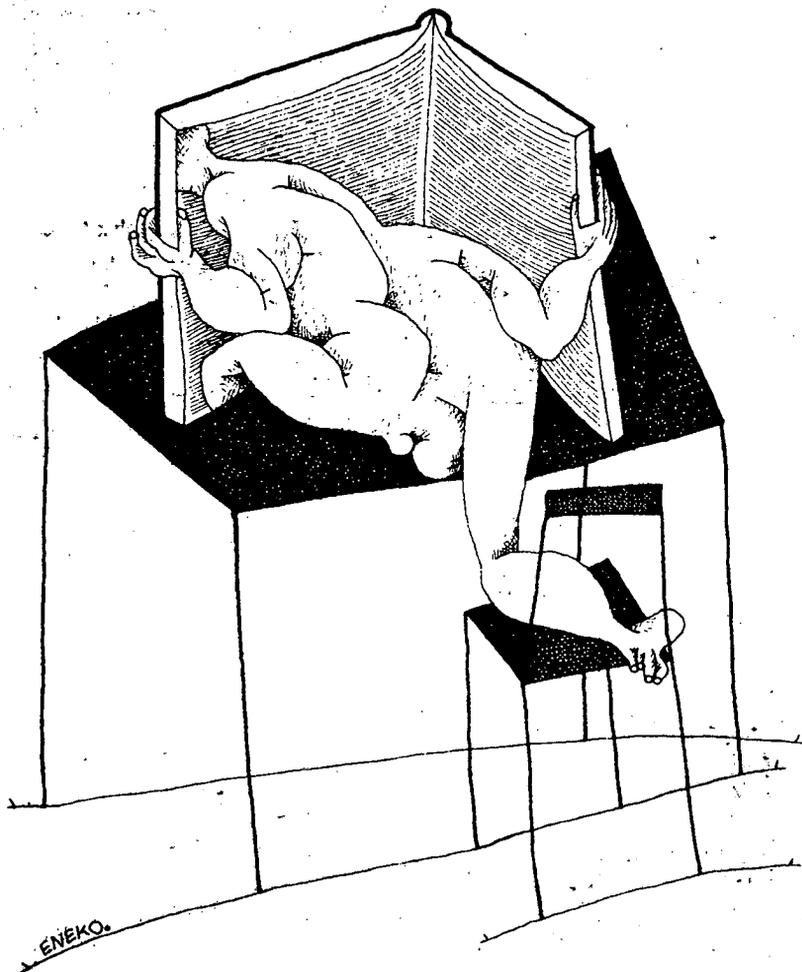
Centro Gumilla



comunicación

INDICE

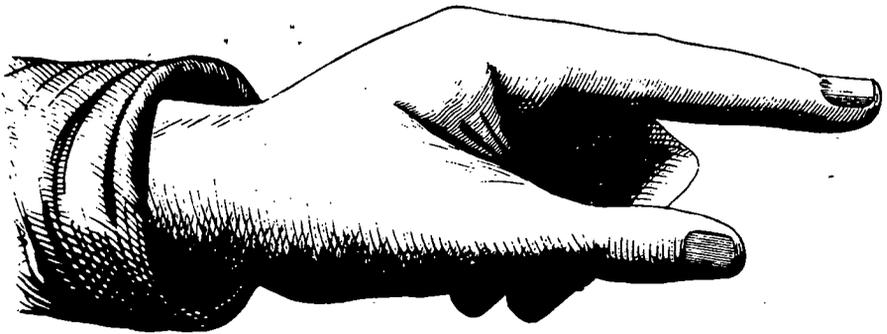
Nº 41 AL 51-52



Este es el segundo índice de la revista **COMUNICACION**. El primero fue publicado como anexo en el número 41-42 (Primer trimestre del año 1983). Se ha confeccionado con los mismos descriptores contenidos en el tesoro de la Comunicación de CIESPAL. En la primera parte se presenta un índice temático sobre comunicación con los descriptores en orden alfabético:

Descriptor - fecha - sección - número - página

En la segunda parte se presenta un índice geográfico sobre continentes y países. El orden alfabético de los continentes antecede al de los respectivos países.



INDICE TEMATICO**SEC.- BOL. PAG.
CION No.**

AGENCIA DE NOTICIAS

- 1983** — Creación de ALASEI INF 43 98
- 1984** — Seminario: "Perspectivas de ALASEI". INF 44 115-116
- INTER PRESS SERVICE: veinte años al servicio del Tercer Mundo. INF 47 104-105
- Una nueva agencia para la cultura. INF 47 106
- Las agencias UPI y EFE se asocian en un proyecto. INF 48 102

ALFABETIZACION

- 1983** — Acude a sacar dólares. INF 43 100-101

ANALISIS DE CONTENIDO

- 1984** — Imágenes recíprocas de Venezuela y el Caribe anglo parlante a través de su prensa.
Beatriz Cáceres de Pefaur DOC 45 106-111
- Granada, el señor Presidente y la imagen vi-deogénica.
Oscar Montero DOC 45 112-116
- Nicaragua: un caso de agresión informativa.
Marcelino Bisbal BIB 45 122
- Imagen de la mujer en la Telenovela
Yolanda Osuna. ART 47 23-28
- La muerte en la (pequeña) Venecia
Luis Britto García ART 48 59-64
- Haz lo que "TU" quiera. Estudio preliminar sobre las revistas juveniles femeninas.
Marlenis Castellanos - Amarelis Vásquez. ART 48 65-73
- Tipos Star: los ídolos juveniles en los me-dios de comunicación.
Luis Britto García ART 48 81-84
- 1985** — De la religión espectacular al espectáculo re-ligioso.
Jesús María Aguirre ART 49/50 93-109

ANALISIS ESTRUCTURAL

- 1983** — El mito de Bolívar y su función política.
Jesús María Aguirre - Berta Brito. ART 41/42 6-22
- Bolívar y la Comunicación: Actualidad del enunciado bolivariano.
Yolanda Osuna ART 41/42 23-29
- 1984** — De lo polémico a la contractual: análisis de las transformaciones en el discurso de Jaime Lusinchi.
María Teresa Espar. DOC 47 90-96

ASPECTOS ECONOMICOS

- 1983** — Impacto del control de cambio en los medios.
José Martínez Terrero. DOC 43 79-83
- Acude a sacar dólares INF 43 100-101
- Nueva escaramuza Capriles vs. De Armas. INF 43 105-106
- 1984** — Los amos de la prensa en Venezuela
Angela María Hernández - Lulú Aimara Giménez. ART 44 5-79
- La publicidad electoral: inversión
Octavio Montiel DOC 44 108-111
- Los amos de la radio y TV
Angela María Hernández - Lulú Aimara Giménez. ART 45 5-79
- 1985** — La industria de lo audiovisual.
 Comunicación. ART 49/50 4-17
- El Grupo Cisneros, o los poderes de la organización.
Comunicación. DOC 51/52 139-149

ASPECTOS POLITICOS

- 1984** — Resultados y gastos electorales: Resumen estadístico.
Jesús María Aguirre. DOC 44 102-107
- Imágenes recíprocas de Venezuela y el Caribe anglóparlante a través de su prensa.
Beatriz Cáceres de Pefaur DOC 45 106-111
- Granada, el Señor Presidente y la Imagen videogénica.
Oscar Montero. DOC 45 112-116

— Nicaragua: Un caso de Agresión informativa. Marcelino Bisbal	BIB	45	122
— "1984" y la información totalitaria Alí Garrido	ART	46	72-77
— Derechos humanos. Enero-Agosto 1984. El Salvador.	INF	48	101-102
— Periodistas apoyan al grupo contadora.	INF	48	103

CIESPAL

1984 — 25 años de CIESPAL.	INF	47	107
-----------------------------------	-----	----	-----

CINE

1983 — Rostros del cine para Simón Bolívar. Rodolfo Izaguirre.	ART	41/42	40-42
— Festival de cine Latinoamericano: La Habana 1982.	INF	41/42	164
— Cine: La máxima felicidad. Pedro Trigo.	INF	41/42	167-168
— La Boda según la crítica Cubana.	INF	41/42	172
— Cine Nacional: en qué anda ahora.	INF	43	97
1984 — Manuel De Pedro y Oscar Garbizu premiados en Consucre.	INF	43	118
— Venezuela: un año de funcionamiento de FONCINE.	INF	45	124
— Ratificaron la sentencia contra el cineasta Luis Correa.	INF	45	125
— II Festival de cortometraje Nacional	INF	46	126-127
— Cine Venezolano en los festivales Internacionales.	INF	46	127
— El cine latinoamericano en crisis.			
— El cine latinoamericano en crisis. Manuel Alcalá	DOC	47	55-61
— El cine Venezolano y sus géneros (1980-1984). Rosa Verónica López - Sergio García S.	DOC	47	62-69
— El cine Venezolano: dos pasos adelante y uno atrás (1980-1984) Jesús María Aguirre.	DOC	47	70-73

	— III Festival del Cine Nacional Mérida.	INF	48	99-100
	— IX Festival de cine Super 8.	INF	48	101
	— El Cine Nacional: Problemas Crediticios.	INF	48	103-105
1985	— Cine-Video europeo ante el desafío Norteamericano.	INF	49/50	133
	— Cine Nacional: balance de un año de trabajo	INF	49/50	133-134
	— Repunte de las Publicaciones cinematográficas.	INF	49/50	134
—	— Diez años, diez autores y uno más. Alfonso Molina.	ART	51/52	49-57
	— 1975-1985: El cortometraje en la encrucijada. Oscar Lucien	ART	51/52	58-69
	— Subculturas actuales en el cine juvenil. Juan Arribas.	DOC	51/52	156
	— La OCIC invitada a Cuba.	INF	51/52	186
	— Festival de Cine Iberoamericano en Huelva	INF	51/52	186
	— Repunte del Cine venezolano.	INF	51/52	192
	— Rómulo Gallegos: Nóvela y Cine.	INF	51/52	195

COMUNICACION ALTERNATIVA

1983	Un Seminario para la Comunicación Alternativa	INF	41/42	166-167
1984	— ALTERCOM: Una nueva comunicación.	INF	47	107
	— Una pedagogía alternativa de la comunicación para el bienestar del hombre. Ana Rosa Hernández.	ART	48	74-80
	— Crear para una Comunicación Alternativa. Primer Encuentro Nacional de estudiantes de Comunicación Social.	DOC	48	85-89
1985	— Comunicación Alternativa y Video-cassette: Perspectivas en América Latina. Fred Stangelaar.	ART	49/50	58-69
	— Evaluación de una Fotonovela Alternativa.	INF	49/50	135

— Subversivos o Integrados - Lo Alternativo en perspectiva Latinoamericana. José Ignacio Rey.	ART	51/52	7-11
— 10 años de ¿Alternativas en Comunicación? Tulio Hernández.	ART	51/52	12-23
— El pensamiento sobre Comunicación Alternativa en Comunicación. Ricardo Martínez.	DOC	51/52	129-138
— Bibliografía sobre Comunicación, Educación, Cultura y Capacitación Popular (Venezuela, América Latina y Europa). Comunicación	BIB	51/52	177-184
— Reflexiones sobre un Seminario.	INF	51/52	188
— Un encuentro para la reflexión.	INF	51/52	190
— Encuentro de Barinas: una nueva Venezuela.	INF	51/52	193

COMUNICACION POPULAR

1983 — Comunicación popular en México.	INF	41/42	160-1611
1984 — Primer coloquio sobre Cultura Popular.	INF	48	106-108
1985 — Bibliografía sobre Comunicación, Educación Cultura y Capacitación Popular (Venezuela, América Latina, Europa). Comunicación	BIB	51/52	177-184

CONCENTRACION ECONOMICA

1983 — Nuevas escaramuza Capriles vs. De Armas.	INF	43	105-106
1984 — Los amos de la prensa en Venezuela. Angela María Hernández. - Lulú Aimara Giménez.	ART	44	5-79
Los amos de la Radio y TV. Angela María Hernández. - Lulú Aimara Giménez.	ART	45	5-79
1985 — De Tío Rico a los Video-juegos.	INF	49/50	136
— El Grupo Cisneros, o los poderes de la "organización". Comunicación	DOC	51/52	139-149
— Concentración en la TV de EE.UU.	INF	51/52	194

EFFECTO SOBRE EL PUBLICO

- 1984 — Juventud, identidad y medios de Comunicación.
Maruja Armada

ART 48 4-11

ENCUESTA

- 1984 — Análisis de la Campaña electoral: 83
I.I. E.S.

DOC 44 86-90

- Resultados y gastos electorales: Resumen estadístico.

Jesús María Aguirre.

DOC 44 102-107

FORMACION PROFESIONAL

- 1984 — Venezuela: Postgrado en Comunicación

INF 45 126

- Curso Panamericano de Televisión.

INF 47 103

- 10 años de Escuelas de Comunicación Social en el país.

Gloria Cuenca

ART 51/52 70/78

- Confesiones de un egresado de la democracia.

Aquiles Esté

ART 51/52 97-96

FOTONOVELA

- 1984 — Fotonovela de la vida diaria.
O.H.

DOC. 47 40-45

- 1985 — Evaluación de una fotonovela alternativa.

INF 49/50 35

IDEOLOGIA

- 1984 — Crónica siniestra: estereotipos de la izquierda.
Aquiles Esté

ART 48 40-48

Meta-Mensajes para la juventud: una muestra de manipulación subliminal.
Comunicación.

DOC 48 49-58

- 1985 — Subculturas actuales en el cine juvenil
Juan Arribas.

DOC 51/52 156

IDEOLOGIA POLITICA

- 1983 — La ideología bolivariana.
Carlos Blanco.

ART 41/42 150-54

1984 — Crónica Siniestra: estereotipos de la izquierda.
Aquiles Esté ART 48 40-48

INVESTIGACION

1985 — Auge y caída de la investigación de la Comunicación en Venezuela
Leoncio Barrios ART 51/52 24-31

HUMORISMO

1983 — Los que vinieron después.
Kotepa Delgado ART 41/42 57-61

1985 — Humor sobre la visita papal.
Jesús María Aguirre. ART 49/50 103-108

IMPERIALISMO CULTURAL

1983 — Nueva política interamericana para los años 80.
Comité de Santa Fe. DOC 41/42 120-142

— Otro caso de agresión informativa: Instalación de Radio Martí.
 INF 43 99

1984 — Granada, el Sr. Presidente y la imagen videogénica.
Oscar Montero DOC 45 112-116

— Nicaragua: un caso de agresión informativa.
Marcelino Bisbal. BIB 45 122

— El Congreso de informática: la dependencia en microcircuitos.
Antonia Bethencourt ART 46 65-71

1985 — La industrial de lo audiovisual.
Comunicación ART 49-50 4-17

— El Grupo Cisneros, o los poderes de la "organización"
Comunicación DOC 51/52 139-149

INFLUENCIA

1984 — Cómo la música rock influencia a la juventud.
Simón Frith BIB 48 90-93

1985 — Subculturas actuales en el cine juvenil
Juan Arribas DOC 51/52 156

INFORMATICA

- 1984 — La informática en Venezuela.
Daniela Ulían Migliorni - Orlando Luna. ART 46 5-25
- Desarrollo de la informática en América Latina a través de la cooperación regional.
Juan Carlos Anselmi ART 46 26-36
- Estrategias y políticas para informática
IBI ART 46 37-48
- El Tercer Mundo y la informática: de las técnicas a las opciones políticas.
Michel Delapierre.- Jean Benoit Zimmerman. ART 46 49-63
- El Congreso de informática: la dependencia en microcircuitos.
Antonia Bethencourt. ART 46 65-71
- "1984" y la información totalitaria.
Alf Garrido ART 46 72-77
- La democratización de los datos y el NO-MIC.
José Antonio Viera-Gallo DOC 46 82-105
- Informatízate
Noel Kingsley BIB 46 112-116
- Glosario básico de informática y telemática.
Comunicación BIB 46 117-124
- 1985 — La informatización de la actividad lúdica infantil.
Carlos E. Colina ART 49/50 76-92
- Convenio SELA - IBI INF 51/52 192

INTEGRACION CULTURAL

- 1983 — Bolívar tiene todavía qué hacer en América.
Marcelino Bisbal ART 41/42 84-111
- Hacia la constitución de la Unidad Latinoamericana.
Héctor Colmenares Díaz. DOC 41/42 112-119
- 1984 — Desarrollo de la informática en América Latina a través de la cooperación regional.
Juan Carlos Anselmi. ART 46 26-36

INTEGRACION DE LA COMUNICACION

1983	— Nace CEDIMCO en el MTC	INF	43	98
1984	— Líneas de acción ante las nuevas tecnologías. Comunicación	DOC	46	78-81
1985	— Comunicación Social y Problemas globales de la humanidad.	DOC	49/50	126-128
	— El proyecto Tris-star al rescate del cine	INF	51/52	186

JOVEN

1984	— Juventud, identidad y medios de comunicación. Maruja Armada.	ART	48	4-11
	— La pendiente energética del adolescente. José González Meseguer	ART	48	12-17
	— Crónica de una debacle: la juventud venezolana de los 60 a los 80 Ewald Scharfenberg E.	ART	48	30-39
	— Meta-mensajes para la juventud: una muestra de manipulación subliminal. Comunicación.	DOC	48	49-58
	— Haz lo que "Tu" quiera Estudio preliminar sobre las revistas juveniles femeninas. Marlenis Castellanos - Amarelis Vásquez.	ART	48	65-73
	— Tipos Star: los ídolos juveniles en los medios de Comunicación. Luis Britto García.	ART	48	81-84
	— Cómo la música rock influencia a la juventud. Simón Frith.	BIB	48	90-93
1985	— Subculturas actuales en el cine juvenil. Juan Arribas	DOC	51/52	156

LEGISLACION

1983	— Nuevas regulaciones para la televisión.	INF	41/42	170-171
	— Nuevas leyes sobre comunicación.	INF	43	99
1984	— Aprobado reglamento de radiodifusión en FM.	INF	44	117
	— Violaciones (TV)	INF	44	118-119

— La Ley sobre la vida privada	DOC	45	117-119
— Líneas de acción ante las nuevas tecnologías. Comunicación.	DOC	46	78-81
— Ley sobre protección de la vida privada en Venezuela. Marisol García - Elisa Martínez	DOC	46	106-111
1985 — La Frecuencia modulada, su reglamentación y la emisora cultural de Caracas. Marcelino Bisbal.	ART	49/50	31-32
— Evaluación de la ley de Telecomunicaciones vigente desde 1941.	DOC	49/50	50-52
— Televisión omnipresente: diez años de TV en Venezuela. Berta Brito - Francisco Tremonti	ART	51/52	39-48

LIBERTAD DE EXPRESION

1984 — Ratificaron la sentencia contra el cineasta Luis Correa.	INF	45	125
— Los que atentan contra la democracia.	INF	48	99
— Ni la Cinemateca vence	INF	48	99
— Brasil: Censurada muestra de Video	INF	48	103

MEDIOS DE COMUNICACION

1985 — El caso Venezuela: una ilusión de armonía (cap. 13) José Martínez Terrero / CNP	BIB	51/52	173-176
---	-----	-------	---------

MUJER

1984 — Imagen de la mujer en la Telenovela Yolanda Osuna.	ART	47	23-28
— Haz lo que "TU" quieras Estudio preliminar sobre las revistas juveniles femeninas. Marlenis Castellanos - Amarelis Vásquez	ART	48	65-73
1985 — II Jornadas de la mujer periodista. Berta Brito.	DOC	49-50	129-132

MUSICA

1983 — Así le canta el pueblo a Bolívar. Sebastián de la Nuez.	ART	41/42	43-49
---	-----	-------	-------

1984	— Concentración en la industria fonográfica.	INF	47	103
	— Cómo la música rock influencia a la Juventud. Simón Frith	BIB	48	90-93
	— La homogenización global de la música Pop. Roger Wallis.	BIB	48	93-95
	— Discografía: veinte años de pop en Venezuela. Ewald Scharfenberg	BIB	48	95-98
1985	— Los que mueren por la vida.	INF	49/50	135-136

NIÑO

1985	— La informatización de la actividad lúdica infantil. Carlos E. Colina.	ART	49/50	76-92
-------------	---	-----	-------	-------

NOMI C

1984	— El informe Mc. Bride —3	INF	44	117
	— La democratización de los datos y el nuevo Orden Internacional de la Comunicación. José Antonio Viera Gallo	DOC	46	82-105

PAIS EN DESARROLLO

1983	— Declaración final de Managua Movimiento No-alineado	DOC	41/42	143-157
-------------	---	-----	-------	---------

PARTICIPACION

1983	— Comunicadores y participación (Reseña de un debate)	ART	43	16-17
	— Periodistas, participación y contratos colectivos. Berta Brito.	ART	43	40-46
	— Las políticas de Comunicación en el Distrito Sucre y la participación. María de los Angeles Serrano - Asalia Vane-gas.	ART	43	61-69
	— La participación en "El Diario Marka" y "Le Monde".	DOC	43	79-91
1984	— El poder de los vecinos Elías Santana	BIB	45	120
	— Asociación de usuarios de la Comunicación.	INF	45	126

- Jornada Nacional de la Acción Popular. INF 47 108-109

PERIODISMO

- 1983 — Bolívar y el periodismo
Federico Alvarez. ART 41/42 75-80
El periodismo: nuevas funciones, nuevos conceptos.
Víctor Suárez. ART 43 47-55
- Premios Nacionales de periodismo en docencia e investigación. INF 43 102
- 1985 — 10 años de Prensa Nacional: las VDT coquetean con el periodismo.
Enrique Rondón. ART 51/52 32-38
- Seminario sobre periodismo independiente realizado en el ILET. INF 51/52 193

PERIODISTAS

- 1983 — Bolívar periodista (foro)
Ramón J. Velásquez - Francisco Avila - Jesús S. Hernández. DOC 41/42 62-74
- El bicentenario del nacimiento de Bolívar y la FELAP. INF 41/42 164
- Nuevas publicaciones y lucha gremial. INF 41/42 166
- El CNP y el ejercicio ilegal. INF 41/42 166
- Los periodistas y sus gremios: en perspectiva latinoamericana. **Marcelino Bisbal.** ART 43 26-39
- El papel de los círculos en el desarrollo gremial del CNP
Pedro José Grijalba ART 43 56-60
- El Colegio debe desarrollar una política hacia los egresados.
Jorge Acevedo - Gustavo Oliveros ART 43 70-73
- La mujer y el periodismo
Analuís Llovera ART 43 74-78
- Diez propuestas para los periodistas latinoamericanos.
Comunicación DOC 43 92-93
- Periodistas a la calle. INF 43 99-100
- Colegiación periodística en R. Dominicana. INF 43 104

1984	— La FIAP respalda la colegiación periodística.	INF	45	123-124
	— Resoluciones de la V Convención Nacional CNP.	DOC	47	84-89
	— Elecciones en el CNP.	INF	47	106
	— Periodistas apoyan al grupo Contadora.	INF	48	103
1985	— II Jornadas de la mujer periodista.	DOC	49/50	129-132
	— Notas sobre la gestión sindical y gremial de los periodistas. Carlos Eduardo Febres	ART	51/52	79-86
	— Significativo triunfo del "gremialismo alternativo".	INF	51/52	195

PODER POLITICO

1984	— "1984 y la información totalitaria". Alí Garrido	ART	46	72-77
1985	— Las tecnologías de información y la confección del Estado Ampliado. Javier Esteinou.	ART	49/50	18-24

POLITICA DE LA COMUNICACION

1984	— Recomendaciones al nuevo gobierno sobre comunicación y cultura. Enrique Abreu Sojo - Iván Abreu Sojo.	DOC	44	97-101
	— Balance de una gestión: Apertura y límites. Marcelino Bisbal - Berta Brito.	DOC	45	90-105
	— Líneas de acción ante las nuevas tecnologías. Comunicación.	DOC	46	78-81
1985	— El Estado y la Comunicación, entre el azar y la necesidad. Marcelino Bisbal.	ART	51/52	97-121
	— Política Comunicacional, Radiodifusión y grupos privados no tradiciones. Raúl Licausi.	ART	51/52	122-128
	— Consejo Nacional de Comunicación Social. Una propuesta concreta. Luis Vezga Godoy.	DOC	51/52	150-155

PRENSA BURGUESA

- 1984 — Los amos de la prensa en Venezuela.
Angela Ma. Hernández - Lulú Aimara Giménez. ART 44 5-79
- 1985 — 10 años de prensa nacional: Las VDT coquetean con el periodismo.
Enrique Rondón. ART 51/52 32-38

PRENSA EXTRANJERA

- 1983 — Los periódicos en Asia.
John A. Lent. BIB 43 94-96

PROGRAMA DE RADIO

- 1984 — La radio novela venezolana:
Tres momentos y ¿una muerte anunciada?
Lunaidy Benítez. ART 47 29-40
- La Telenovela, el signo de nuestro tiempo
(La ficción narrativa en radio y TV de M. Bermúdez).
Cristina Policastro BIB 47 99-101

PROGRAMA DE TV

- 1983 — TV cultural: Los telespectadores prefieren entretenimiento. INF 43 101
- 1984 — Bolívar: el programa de las dificultades. INF 44 116-117
- Violaciones (TV) INF 44 118-119
- Los investigadores y la televisión del Estado. INF 44 119
- Telenovela: un juglar capitulado.
Miriam Marinoni de Foti. ART 47 5-9
- Telenovela nuestra de cada día (foro)
Alicia Freilich de Segal. ART 47 10-17
- La telenovela como género femenino y como parte de su especificidad. E
Bárbara Jochamovitz. ART 47 18-22
- La crónica crítica como diagnóstico televisivo.
Andrés Gacituá. DOC 47 74-83
- La telenovela, el signo de nuestro tiempo.
Cristina Policastro. BIB 47 99-101

- 1985 — Televisión Omnipresente - Diez años de TV en Venezuela.
Berta Brito - Francisco Tremonti. ART 51/52 39-48

PROPAGANDA POLITICA

- 1983 — Del pueblo de Bolívar al uso de los bolívares del pueblo (a propósito de la imagen de Bolívar en el contexto electoral).
Atilio Romero Morantes. ART 41/42 81-83
- 1984 — El castellano electoral.
Iraset Páez Urdaneta. DOC 44 80-85
- La Campaña electoral en Slogans: el reflejo del caos.
Sebastián de la Nuez. DOC 44 91-96
- La publicidad electoral: inversión.
Octavio Montiel. DOC 44 108-111
- Los investigadores y la televisión del Estado INF 44 119
- Incidencia del factor religioso en la campaña electoral.
José Ignacio Rey. DOC 45 79-86
- De lo polémico a lo contractual: Análisis semiótico de las transformaciones en el discurso de Jaime Lusinchi.
María Teresa Espar. DOC 47 90-96

PROVINCIA

- 1983 — Margariteñerías. INF 43 105
- Crisis en los diarios de Provincia INF 43 105

PUBLICIDAD

- La iglesia denuncia la publicidad, ANDA la exalta. INF 43 102-103

RADIO

- 1983 — Hacia una cadena radial latinoamericana. INF 41/42 165
- 1984 — Los amos de la radio y TV.
Angela María Hernández - Lulú Aimaré Giménez. ART 45 5-79
- 1985 — La frecuencia, su reglamentación y la Emisora Cultural de Caracas.
Marcelino Bisbal ART 49/50 31-52

- Política Comunicacional, Radiodifusión y grupos privados no tradicionales.
Raúl Licausi.

ART 51/52 122-128

RADIODIFUSION EDUCATIVA

- 1984 — Taller sobre radio popular.
- Radio Selecta de Maracaibo Premiada.

INF 47 104
INF 48 100

RECEPCION

- 1984 — El serial: Una suave brisa sopló sobre el tejado de Carmesí y pétalos.
Sebastián de la Nuez.

DOC 47 46-53

RELIGION (Iglesia)

- 1984 — Incidencia del factor religioso en la Campaña Electoral.
José Ignacio Rey.

DOC 45 79-86

- Comunicación: Un derecho de todos. Documento final del Octavo Congreso de UCLAP.

INF 47 109-110

- Posición vaticana ante el uso de los satélites.

INF 48 101

- 1985 — De la religión espectacular al espectáculo religioso.
Jesús María Aguirre.

DOC 49 50 93-109

REPORTAJE

- 1984 — El reportaje, el ensayo.
Earle Herrera.

BIB 45 121

SATELITE DE COMUNICACION

- 1984 — Satélite Andino
- 1985 — Un satélite para Brasil, el primero.

INF 46 126

INF 51-52 187

SEMILOGIA

- 1984 — Semiótica de una campaña electoral
Luis Britto García.

DOC 45 87-89

- De lo polémico a lo contractual: Análisis semiótico de las transformaciones en el discurso de Jaime Lusinchi.
María Teresa Espar.

DOC 47 90-98

TEATRO

1983 — A propósito del Bicentenario: dos propuestas teatrales - del "Bolívar" de Rajatabla al "Simón" de Chocrón.
Carmelo Vilda ART 41/42 34-39

1984 — Creada Campaña Nacional de Teatro. INF 47 104

TECNOLOGIA

1983 — El periodismo: Nuevas funciones, nuevos conceptos.
V́ctor Súrez. ART 43 47-55

1984 — Líneas de acción ante las nuevas tecnologías.
Comunicación. DOC 46 78-81

— Tecnología vs. Negociación. INF 48 105-106

1985 — La industria de lo audiovisual.
Comunicación. ART 49-50 4-17

— Las tecnologías de información y la confección del Estado ampliado.
Javier Esteinou Madrid. ART 49/50 18-24

— Nuevas tecnologías: Prensa e informática. DOC 49/50 123-125

— Las comunicaciones en el año 2000. INF 51/52 185

— Nuevas tecnologías de información y políticas culturales. INF 51/52 190

TELECOMUNICACIONES

1983 — 1983: Año Mundial de las Telecomunicaciones. INF 41/42 168-169

1984 — Jornadas del Año Mundial de las Comunicaciones. INF 44 117

— El proyecto "SIT" INF 46 127

TELEVISION

1983 — Televisión Andina de Mérida. INF 41/42 167

— Canal 5: Treinta años. INF 41/42 167-170

— TV Cultural: los telespectadores prefieren entretenimiento. INF 43 101

	— Televisión U.S.A. Sus ejecutivos critican a la sociedad.	INF	43	104-105
1984	— Los amos de la radio y TV. Angela María Hernández - Lulú Aimaré Giménez.	ART	45	5-79
	— Amavisión: Nueva televisora local.	INF	47	105
1985	— Una nueva Televisión está por nacer. Antonio Olivieri.	ART	49/50	25-30
	— La Televisión por cable en el mundo. Francisco Tremonti - Marcelino Bisbal.	DOC	49/50	110-122
	— Cine Video Europeo ante el desafío norteamericano.	INF	49/50	133
	— Televisión Omnipresente - Diez años de TV en Venezuela. Berta Brito - Francisco Tremonti.	ART	51/52	39-48

UNESCO

1983	— Se aprueban los planes de la UNESCO	INF	45	123
	— Nuevas bases de cooperación entre la UNESCO y la OCIC.	INF	45	123
	— Reacciones venezolanas ante el retiro de U.S.A.	INF	45	124-125

VIDEO-CASSETTE

1985	— La videocomercialización en Venezuela. Berta Brito.	ART	49/50	53-57
	— Comunicación alternativa y video-cassette: perspectivas en América Latina. Fred Stangelaar.	ART	49/50	58-69
	— El video como medio de comunicación y sus potencialidades didácticas.	ART	49/50	70-75
	— Estados Unidos: ventas millonarias de video-cassettes.	INF	49/50	133
	— De Tfo RICO a los video - juegos.	INF	49/50	136
	— Fueron por "lana" y salieron trasquilados.	INF	51/52	185

INDICE GEOGRAFICO	SEC.-	BOL. No.	PAG. No.
ASIA			
1983 — (prensa extranjera)	BIB	43	94-96
HEMISFERIO OCCIDENTAL			
1983 — (Agencia de noticias)	INF	43	98
— (Imperialismo cultural)	DOC	41/42	120-142
— (Integración cultural)	ART	41/42	84-111
— (Integración cultural)	DOC	41/42	112-119
— (Investigación de la Comunicación)	INF	43	98
— (Legislación)	INF	41/42	170-171
— (Legislación)	INF	43	99
— (Programa TV Cultural)	INF	43	101
— (Telecomunicaciones)	INF	41/42	165
— (Unesco)	INF	41/42	165
— (Unesco)	INF	45	123
— (Agencia de noticias)	INF	47	104-105
— (Agencia de noticias)	INF	47	106
— (Agencia de noticias)	INF	48	102
— (Aspectos políticos)	ART	46	72-77
— (Influencia)	BIB	48	90-93
— (Informática)	ART	46	37-48
— (Informática)	ART	46	49-63
— (Informática)	DOC	46	82-105
— (Poder político)	ART	49/50	18-24
— (Joven)	BIB	48	90-93
— (Religión)	INF	48	101
1985 — (Aspectos económicos)	INF	49/50	4-17

— (Investigación de la Comunicación)	INF	49/50	126-128
— (Poder político)	ART	49/50	18-24
— (Televisión)	DOC	49/50	110-122
— (Video-cassette)	ART	49/50	70-75

AMERICA DEL NORTE

1983 — (Imperialismo Cultural)	INF	43	99
— (TV)	INF	43	104-105
1984 — (Análisis de contenido)	DOC	45	112-116
1985 — (Video-cassette)	INF	49-50	133
— (Integración de la Comunicación)	INF	51/52	192
— (Concentración Económica)	INF	51/52	194

MEXICO

1983 — (Comunicación popular)	INF	41/42	160-161
--------------------------------------	-----	-------	---------

AMERICA CENTRAL

1984 — (Aspectos políticos)	INF	48	103
------------------------------------	-----	----	-----

CUBA

1983 — (Cine)	INF	41/42	164
----------------------	-----	-------	-----

1985 — (Cine)	INF	51/52	186
----------------------	-----	-------	-----

ECUADOR

1985 — (Tecnología)	INF	51/52	185
----------------------------	-----	-------	-----

EL CARIBE

1984 — (Análisis de contenido)	DOC	45	106-111
---------------------------------------	-----	----	---------

EL SALVADOR

1984 — (Aspectos políticos)	INF	48	101-102
------------------------------------	-----	----	---------

NICARAGUA

1983 — (Países en desarrollo)	DOC	41/42	143-157
--------------------------------------	-----	-------	---------

1984 — (Análisis de contenido)	BIB	45	122
---------------------------------------	-----	----	-----

AMERICA DEL SUR

1983 – (Publicidad)	INF	43	102-103
– (Radio)	INF	41/42	165
– (Agencia de Noticias)	INF	43	98
1984 – (Ciespal)	INF	47	107
– (Cine)	DOC	47	55-61
– (Comunicación alternativa)	INF	47	107
– (Informática)	ART	46	26-36
– (Religión)	INF	47	109-110
– Satélite de Comunicación)	INF	46	126
– (Comunicación Alternativa)	ART	49/50	58-69

BRASIL

1983 (Derecho de la información)	INF	41/42	163
1984 (Libertad de expresión)	INF	48	103
1985 (Satélite de Comunicación)	INF	51/52	187

CHILE

1985 – (Comunicación Alternativa)	INF	49/50	135
– (Periodismo)	INF	51/52	193

PERU

1983 – (Participación)	DOC	43	79-91
1985 – (Tecnología)	INF	51/52	190

VENEZUELA

1983 – (Alfabetización)	INF	43	100-101
– (Análisis estructural)	ART	41/42	6-22
– (Análisis estructural)	ART	41/42	23-29
– (Aspectos económicos)	DOC	43	79-83
– (Aspectos económicos)	INF	43	105-106
– (Cine)	ART	41/42	40-42

- (Cine)	INF	41/42	167-168
- (Cine)	INF	43	97
- (Comunicación Alternativa)	INF	41/42	166-167
- (Concentración económica)	INF	43	105-106
- (Contrato)	ART	43	40-46
- (Cultura)	ART	41/42	55-56
- (Cultura)	INF	41/42	158-159
- (Cultura)	INF	41/42	159-160
- (Educación)	ART	41/42	30-33
- (Ideología Política)	ART	41/42	50-54
- (Humorismo)	ART	41/42	57-61
- (Música)	ART	41/42	43-49
- (Participación)	ART	43	16-17
- (Participación)	ART	43	40-46
- (Participación)	ART	43	61-69
- (Periodismo)	ART	41/42	75-80
- (Periodismo)	ART	43	47-55
- (Periodismo)	INF	43	102
- (Periodistas)	DOC	41/42	62-74
- (Periodistas)	INF	41/42	164
- (Periodistas)	INF	41/42	166
- (Periodistas)	INF	41/42	171
- (Periodistas)	ART	43	26-39
- (Periodistas)	ART	43	56-60
- (Periodistas)	ART	43	70-73
- (Periodistas)	ART	43	74-78
- (Periodistas)	DOC	43	92-93
- (Periodistas)	INF	43	99-100

	– (Periodistas)	INF	43	104
	– (Propaganda política)	ART	41/42	81-83
	– (Provincia)	INF	41/42	169
	– (Provincia)	INF	43	105
	– (Teatro)	ART	41/42	34-39
	– (Tecnología)	ART	43	47-55
	– (TV)	INF	41/42	167
	– (TV)	INF	41/42	169-170
1984	– (UNESCO)	INF	45	124-125
	– (Análisis de contenido)	ART	47	23-28
	– (Análisis de contenido)	ART	48	59-64
	– (Análisis de contenido)	ART	48	65-73
	– (Análisis de contenido)	ART	48	81-84
	– (Análisis estructural)	DOC	47	90-96
	– (Aspectos económicos)	ART	44	5-79
	– (Aspectos económicos)	DOC	44	108-111
	– (Aspectos económicos)	ART	45	5-79
	– (Aspectos políticos)	DOC	44	102-107
	– (Aspectos políticos)	DOC	45	106-111
	– (Cine)	INF	44	118
	– (Cine)	INF	45	124
	– (Cine)	INF	45	125
	– (Cine)	INF	46	126-127
	– (Cine)	INF	46	127
	– (Cine)	DOC	47	62-69
	– (Cine)	DOC	47	70-73
	– (Cine)	INF	48	99-100
	– (Cine)	INF	48	101

– (Cine)	INF	48	103-105
– (Comunicación Alternativa)	ART	48	74-80
– (Comunicación Alternativa)	DOC	48	85-89
– (Cultura Popular)	INF	48	106-108
– (Concentración económica)	ART	44	5-79
– (Concentración económica)	ART	45	5-79
– (Concientización)	ART	48	18-29
– (Contrato)	DOC	46	78-81
– (Crítica)	DOC	47	74-83
– (Efecto sobre el público)	ART	48	4-11
– (Encuesta)	DOC	44	86-90
– (Encuesta)	DOC	44	102-107
– (Formación profesional)	INF	45	126
– (Formación profesional)	INF	47	103
– (Fotonovela)	DOC	47	40-45
– (Ideología)	ART	48	40-48
– (Ideología)	DOC	48	49-50
– (Informática)	ART	46	65-71
– (Informática)	ART	46	5-25
– (Informatica)	BIB	46	112-116
– (Informática)	INF	46	128
– (Investigación de la comunicación)	DOC	46	78-81
– (Joven)	ART	48	4-11
– (Joven)	DOC	48	85-89
– (Joven)	ART	48	81-84
– (Legislación)	INF	44	117
– (Legislación)	INF	44	118-119
– (Legislación)	DOC	45	117-119

— (Legislación)	DOC	46	78-81
— (Legislación)	DOC	46	106-111
— (Libertad de Expresión)	INF	45	125
— (Libertad de Expresión)	INF	48	99
— (Libertad de Expresión)	INF	48	100
— (Mujer)	ART	48	65-73
— (Música)	INF	47	103
— (Música)	BIB	48	95-98
— (Nomic)	INF	44	117
— (Participación)	BIB	45	120
— (Participación)	INF	47	108-109
— (Periodistas)	DOC	47	84-89
— (Periodistas)	INF	47	106
— (Periodistas)	INF	48	103
— (Política de Comunicación)	DOC	44	97-101
— (Política de Comunicación)	DOC	45	90-105
— (Programa de Radio)	ART	47	29-40
— (Programa de Radio)	BIB	47	99-101
— (Programa de TV)	INF	44	116-117
— (Programa de TV)	INF	44	119
— (Programa de TV)	ART	47	5-9
— (Programa de TV)	ART	47	10-17
— (Programa de TV)	ART	47	18-22
— (Programa de TV)	DOC	47	74-83
— (Propaganda Política)	DOC	44	80-85
— (Propaganda Política)	DOC	44	91-96
— (Propaganda política)	DOC	44	108-111
— (Propaganda política)	INF	44	119

	- (Propaganda política)	DOC	45	79-86
	- (Propaganda política)	DOC	47	90-96
	- (Radio)	ART	45	5-79
	- (Radiodifusión Educativa)	INF	47	104
	- (Radiodifusión educativa)	INF	48	100
	- Recepción)	DOC	47	46-53
	- (Religión)	DOC	45	79-86
	- (Reportaje)	BIB	45	121
	- (Semiología)	DOC	45	87-89
	- (Semiología)	DOC	47	90-98
	- (Teatro)	INF	47	104
	- (Tecnología)	DOC	46	78-81
	- (Telecomunicaciones)	INF	44	117
	- (Telecomunicaciones)	INF	46	127
	- (TV)	ART	45	5-79
	- (TV)	INF	47	105
1985	- (Religión)	ART	39/50	93-109
	- (Cine)	INF	49/50	133-134
	- (Cine)	INF	49/50	134
	- (Concentración económica)	INF	49/50	136
	- (Informática)	ART	49/50	76-92
	- (Legislación)	ART	49/50	31-52
	- (Legislación)	DOC	49/50	50-52
	- (Mujer)	DOC	49/50	129-132
	- (Música)	INF	49/50	135-136
	- (TV)	ART	49/50	25-30
	- (Video-Cassette)	ART	49/50	53-57
	- (Video-Cassette)	INF	49/50	136

– (Comunicación alternativa)	ART	51/52	7-11
– (Investigación)	ART	51/52	24-31
– (Comunicación alternativa)	ART	51/52	12-23
– (Periodismo)	ART	51/52	32-38
– (Legislación)	ART	51/52	39-48
– (Cine)	ART	51/52	49-57
– (Cine)	ART	51/52	58-69
– (Formación profesional)	ART	51/52	70-78
– (Formación profesional)	ART	51/52	87-96
– (Política de la Comunicación)	ART	51/52	97-121
– (Política de la Comunicación)	ART	51/52	122-128
– (Comunicación Alternativa)	DOC	51/52	129-138
– (Concentración económica)	DOC	51/52	139-149
– (Política de la Comunicación)	DOC	51/52	150-155
– (Comunicación alternativa)	BIB	51/52	177-184
– (Medios de Comunicación)	BIB	51/52	173-176
– (Programa de TV)	ART	51/52	39-48
– (Aspectos Económicos)	ART	51/52	139-149
– (Comunicación alternativa)	DOC	51/52	129-138
– (Comunicación popular)	BIB	51/52	177-184
– (Imperialismo Cultural)	DOC	51/52	139-149
– (Prensa burguesa)	ART	51/52	32-38
– (Radio)	ART	51/52	122-128
– (TV)	ART	51/52	39-48
– (Video - Cassette)	INF	51/52	185
– (Comunicación Alternativa)	INF	51/52	190
– (Comunicación alternativa)	INF	51/52	193
– (Cine)	INF	51/52	192

- (Informática)	INF	51/52	186
- (Cine)	INF	51/52	195
- (Comunicación alternativa)	INF	51/52	188
- (Periodistas)	INF	51/52	195

EUROPA

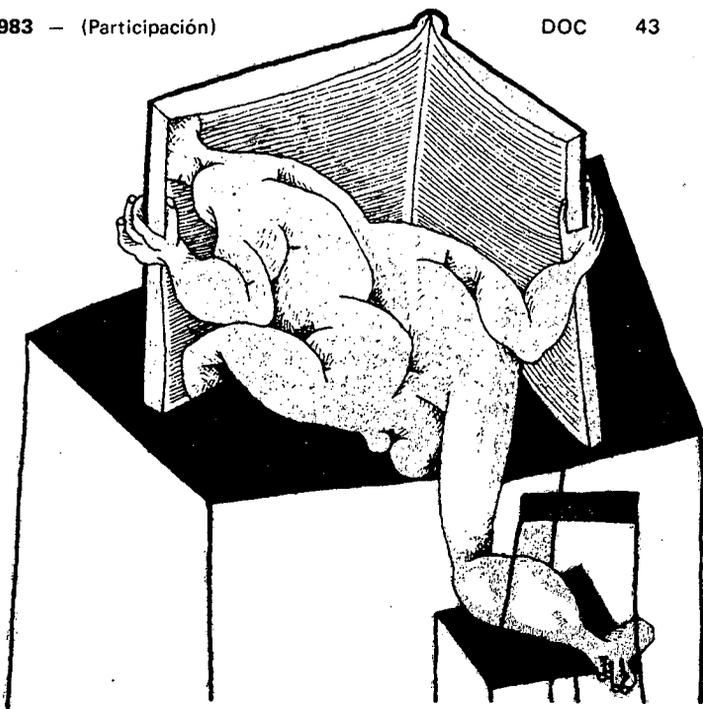
1985 - (Cine)	DOC	49/50	103-105
---------------	-----	-------	---------

ESPAÑA

1984 - (Participación)	INF	45	126
- (Periodistas)	INF	45	123-124
1985 - (Tecnología)	DOC	49/50	123-125
- (Cine)	INF	51/52	186

FRANCIA

1983 - (Participación)	DOC	43	79-91
------------------------	-----	----	-------



comunicación

ESTUDIOS VENEZOLANOS DE COMUNICACION
PERSPECTIVA CRITICA Y ALTERNATIVA

1975
1985

un Trabajo de DIEZ AÑOS



SUMARIO

PRESENTACION 4

ESTUDIOS: 10 AÑOS DE COMUNICACION EN VENEZUELA, LO VIGENTE Y LO ALTERNATIVO

- Subversivos o Integrados —lo Alternativo en perspectiva latinoamericana . . . 7
- 10 años de ¿Alternativas en Comunicación? 12
- Auge y caída de la investigación de la comunicación en Venezuela 24
- 10 años de Prensa Nacional: las VDT coquetean con el periodismo impreso 32
- Televisión omnipresente-Diez años de TV en Venezuela 39
- Diez años, diez autores . . . y uno más 49
- 1975-1985: el cortometraje en la encrucijada 58
- 10 años de Escuelas de Comunicación Social en el país 70
- Notas sobre la gestión sindical y gremial de los periodistas 79
- Confesiones de un egresado de la democracia 87
- El Estado y la Comunicación, entre el azar y la necesidad 97
- Política comunicacional, radiodifusión y grupos privados no tradicionales . 122

DOCUMENTOS

- El pensamiento sobre Comunicación Alternativa en COMUNICACION . . . 129
- El Grupo Cisneros, o los poderes de "la Organización" 139
- Consejo Nacional de la Comunicación Social: una propuesta concreta . . . 150
- Subculturas actuales en el cine juvenil 156

GUIA BIBLIOGRAFICA

- El Caso Venezuela: una ilusión de armonía (Capítulo 13) 173
- Bibliografía sobre Comunicación, Educación, Cultura y Capacitación Popular (Venezuela, América Latina y Europa) 177

INFORMACIONES 185

INDICE DE COMUNICACION No. 41 al 51/52 (1983-1985).

Bs. 30,00



Centro de Comunicación Social
Esquina Luneta, Edif. "Centro Valores",
- Telf. 563.5096
Caracas 1010-A - VENEZUELA