

comunicación

ESTUDIOS VENEZOLANOS DE COMUNICACION No 53

IDENTIDAD AGREDIDA





SUMARIO

PRESENTACION

ESTUDIOS: IDENTIDAD AGREDIDA

* Crisis en la "Aldea Global"	5
* Identidad Nacional y Cultura de Masas en Venezuela	11
* Lo Extranjero de lo Internacional —el Caso de la Prensa—	25
* Escaramuza en una Batalla Perdida — 1 X 1 —	35
* Aculturación en la Televisión Venezolana	42
* La Mitología Transnacional	60
* Yo sin Ti no valgo Nada —Lo extranjero en la estructura de producción y mercadeo de la industria disquera venezolana	70
* Las Nuevas Tecnologías y su componente extranjero	78

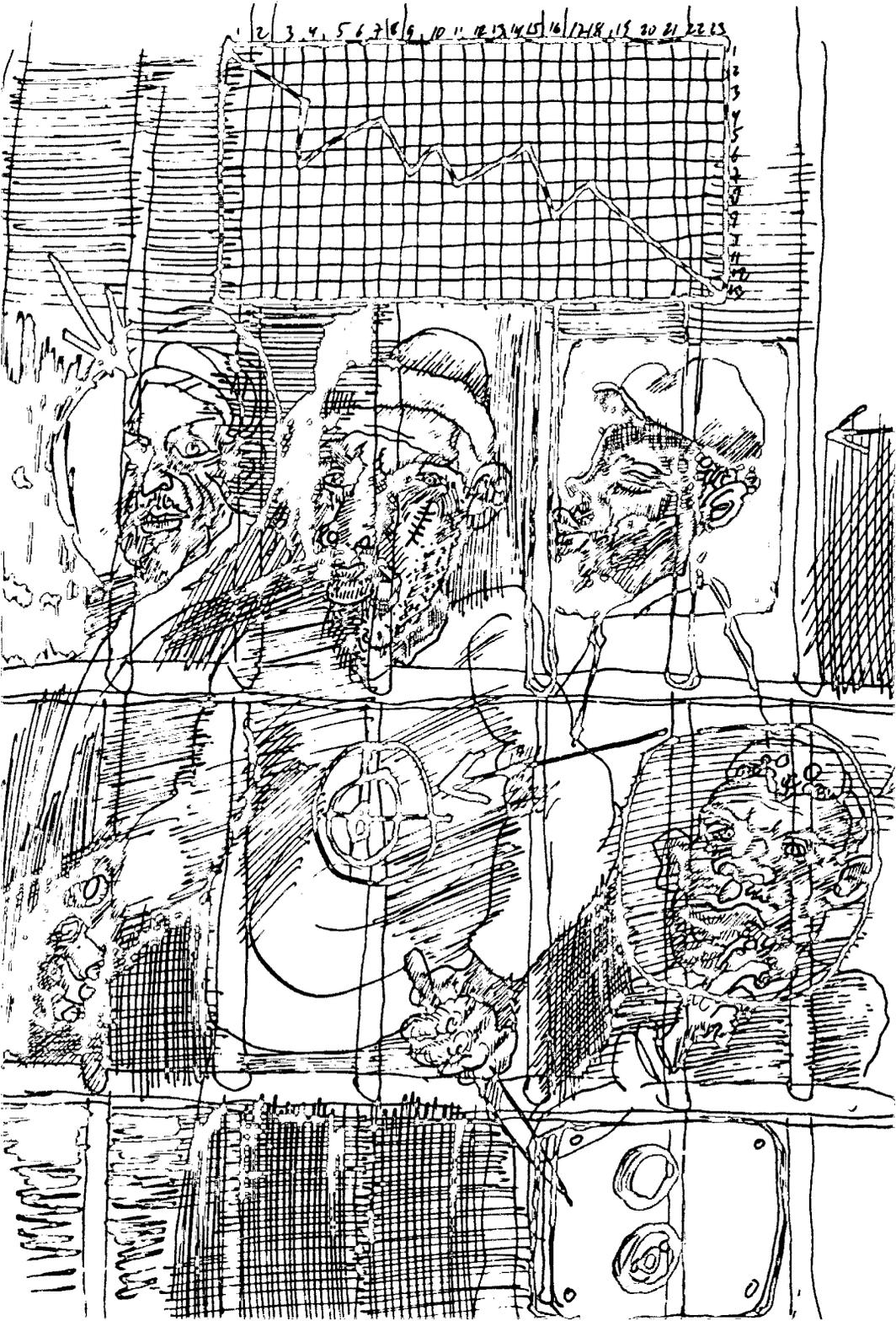
DOCUMENTOS

* La autoimagen nacional de los venezolanos	92
* La sociedad contemporánea y la manera narcisista de vivir	101
* Un Congreso para la Tecnología Popular —Una alternativa de Identidad Nacional	108

GUIA BIBLIOGRAFICA	113
--------------------------	-----

INFORMACIONES	115
---------------------	-----

2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 HR 18 20 21 22 23



PRESENTACION

Después de un relativo receso, sobre todo en el mundo desarrollado, de las preocupaciones por el hecho nacional y la ideología nacional, de nuevo tienden éstas a situarse en el foco de la atención mundial, gracias a los países del Tercer Mundo.

La derrota de los nacionalismos fascistas durante la Segunda Guerra Mundial desacreditó la temática nacionalista, sospechosa de un irracionalismo racista. Pero a partir de la década del 60, la crisis del Estado centralista, el resurgimiento de los nacionalismos europeos con exigencias de una democracia más cercana a las bases de la vida social, y las luchas de liberación nacional de nuevos países del Tercer Mundo, han obligado a replantearse los viejos temas de la nación. No en vano, desde la Segunda Guerra Mundial, ochenta países se han sacudido del yugo colonialista. Más aún, conceptos como "colonialismo", "liberación nacional" y "genocidio cultural", propios del acervo de los nacionalismos tercermundistas, han pasado al lenguaje y práctica de los nuevos movimientos nacionalistas de los países desarrollados.

En las ciencias humanas aún no se han revisado los viejos conceptos sobre la Nación y el Estado, y el discurso político al uso sigue saturado de sentimentalismo patriótico cuando no entra en regresión romántico-idealista para justificar los Estados de Seguridad Nacional.

La interpretación carismática del fascismo, la versión marxista del nacionalismo estratégico y la visión funcionalista de integración elitescas para explicar lo "nacionalitario" han resultado a todas luces insuficientes por su perspectiva reductora hacia la mera construcción política de un Estado. Tales tendencias minusvaloran los procesos de **identificación cultural** de las agrupaciones humanas que se hacen y se deshacen con la historia.

En este número se ha tratado de incidir, sobre todo, en la dimensión cultural de la nacionalidad, puesta a prueba por el expansionismo de las potencias y la creciente **agresión cultural** de los Estados Unidos.

La imposibilidad de abarcar todas las vertientes del problema nos ha obligado a preferenciar los medios de aculturación masiva más críticos para el futuro de nuestra nacionalidad, particularmente la televisión y la informática, aunque sin desdeñar la prensa y la radio.

Los documentos recogen dos capítulos de los estudios venezolanos más recientes sobre los procesos de estructuración de la identidad sico-social, debidos a Maritza Montero y Silvio Pomenta. A ellos se suman varias comunicaciones en busca de alternativas tanto tecnológicas como culturales. Se adjuntan aportes relacionados con la Reforma de la Ley de Ejercicio del Periodismo y la pugna sobre la Colegiación.

Cierran el número las habituales secciones de bibliografía y de informaciones sobre acontecimientos significativos del mundo comunicacional.

Marzo, 1986

ESTUDIOS:

CRISIS EN LA "ALDEA GLOBAL"

Apuntes sobre lo extranjero y lo nacional

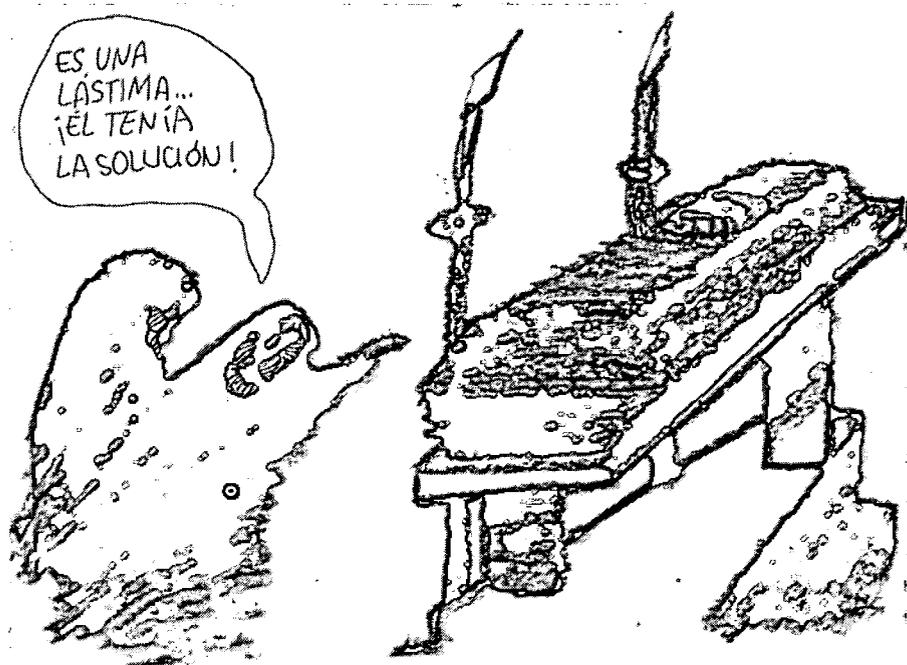
JOSE IGNACIO REY

Cada vez resulta más difícil precisar la frontera entre lo nacional y lo extranjero. Esta dificultad no está circunscrita a ciertos y determinados países. Afecta, en mayor o menor grado, a todas las poblaciones de la tierra. Una serie de complejos factores, relacionados todos de alguna manera con importantes cambios en los modos de producción y comercialización de bienes y servicios, han acercado aparentemente a los pueblos y pareciera que van haciendo del mundo una especie de "aldea global".

Sería erróneo pensar que el fenómeno es nuevo o artificial. El proceso de interrelación de pueblos, por natural, es antiguo como la humanidad misma. Lo nuevo quizás es el ritmo del proceso, extraordinariamente acelerado en nuestros días. La pérdida de esa perspectiva podría llevar a pensar que, en las actuales circunstancias, está próximo el momento en que lo extranjero y lo nacional acabarán siendo expresiones absolutamente vacías de significado. Nosotros no pensamos así, si bien debe ser reconocida la necesidad de flexibilizar o relativizar al máximo expresiones que, ya de por sí, son relativas.

Efectivamente, se ha convenido en llamar "nación" a un conjunto más o menos grande de personas o grupos menores que se sienten ligados entre sí por la pertenencia común a una tierra, raza, lengua, cultura, historia. Todos esos elementos son elásticos o ambiguos. Por otra parte, ninguno, por separado, define determinada nacionalidad, ya que cada uno, en mayor o menor grado, puede caracterizar simultáneamente a varias nacionalidades. No haría falta decir que dicha indefinición tampoco llega a ser evitada con el recurso fácil a la simplificación que supone confundir nación con Estado. Es evidente, por ejemplo, que en el mundo contemporáneo existen Estados que de hecho representan y brindan institucionalidad política conjuntamente a varias nacionalidades.

La ambigüedad y la imprecisión afectan por igual a lo nacional y a lo extranjero, términos obviamente correlativos. Extranjero es simplemente lo no-nacional, lo que de alguna manera es o resulta extraño a los integrantes de una determinada nacionalidad. Ahora bien, la "extrañeza" frente a lo foráneo tiende a disminuir en la misma medida en que crece la intercomunicación. Por otra parte, no puede ignorarse que la manera propia de entender, asimilar o eventualmente rechazar lo extranjero forma parte también de la identidad cultural de un determinado pueblo.



La relación extranjero-nacional, de por sí conceptualmente ambigua, es además dinámica. Es decir, en la realidad está siempre sometida a un ininterrumpido proceso de cambios históricos a escala mundial. En el ámbito complejo de las identidades culturales no caben definiciones estáticas y su estudio debe estar siempre históricamente contextualizado. Ello quiere decir, por ejemplo, que lo que ayer era extranjero para un determinado pueblo, mañana puede dejar de serlo. Quiere decir también, desde otra perspectiva o bajo otras condiciones, que mañana podría quedar alienado lo que ayer era y hoy todavía es genuina y válidamente propio. Sobre esto insistiremos más adelante.

Habría que estudiar detenidamente los factores concretos que, en cada caso y en cada momento histórico, han impulsado modificaciones substantivas en la relación nacional-extranjero, dentro de un proceso que, como ya queda dicho, es natural y constante. Un esfuerzo semejante equivaldría a intentar una Historia Universal de las Culturas. El máximo interés, en orden a ese esfuerzo, está en la discusión metodológica. A ese respecto, queremos llamar la atención sobre una tendencia, a nuestro modo de ver equivocada, que pone en los avances técnicos de los medios de comunicación la clave interpretativa del acercamiento progresivo de los pueblos. Dicha tendencia pretende explicar así, en concreto, el fenómeno moderno de una cierta, acelerada, internacionalización de la cultura. Y, lo que es más grave, en base a ese diagnóstico apresurado, se atreve a pronosticar un nuevo "mundo feliz" a relativamente corto plazo, una especie de "aldea global", ya cercana, en la que la referencia a lo extranjero no tendría ya base de sustentación alguna. Tenemos fundadas razones para no compartir tanto optimismo.

Ciertamente, todo proceso social puede ser interpretado como un proceso de

comunicaciones. Esto es válido a escala micro y también a escala macro-social. Pero en modo alguno debe confundirse la comunicación con la mediación técnica del proceso. Dicha confusión lleva, entre otros, a dos errores de gravedad mayúscula. El primero consiste en pensar que los avances técnicos en los medios de comunicación garantizan automáticamente un progreso en la comunicación humana propiamente dicha. Lamentablemente no es así y sobran hoy evidencias. El segundo error, más radical, consiste en pensar que el proceso mismo de los avances técnicos, así como su orientación fáctica, viene determinado por una especie de "ley natural" que sería operativa independientemente de decisiones y de cualquier previa programación humana.

Pero volvamos atrás en nuestro discurso, por un momento todavía. Con el cuidado de no caer en nuevas simplificaciones, pensamos más bien que la clave interpretativa de los cambios históricos fundamentales, en general, y de los cambios en la ambigua relación planteada entre lo extranjero y lo nacional, más en concreto, debe ser buscada en factores de una u otra manera económicos. Asumiendo aquí lo económico en su acepción más rica y general, no nos cabe la menor duda de que son precisamente esos factores económicos los que están en la base y juegan un papel decisivo en la conformación de toda cultura, así como en la interrelación de culturas diferentes. Porque pensamos que esto es así, afirmábamos al principio que el fenómeno constatable de un moderno, acelerado, ambiguo y relativo acercamiento entre los pueblos debía ser explicado, de una u otra manera, por cambios a escala mundial en los modos dominantes de producción y comercialización de bienes y servicios. Por la misma razón, pensamos que los fabulosos avances técnicos en los medios de comunicación de hoy, así como los modos de su utilización, han sido programados en respuesta a los requerimientos del modelo económico que genera y acompaña a la "revolución industrial". También en respuesta, favorable por supuesto, a los intereses de sus centros de poder más representativos. Una economía de masas requiere de medios masivos de comunicación. En consecuencia lógica y dicho sea de paso, pensamos que una eventual desaparición próxima de las sociedades de masas en ningún caso estará determinada por un supuesto cambio automático de orientación, que se estaría dando a lo interno del cada vez más sofisticado campo de la tecnología comunicacional. La fecha de llegada, las dimensiones y, sobre todo, los contornos de "la tercera ola" están todavía bastante oscuros.

Hemos asistido ciertamente en las últimas décadas a un peculiar proceso de acortamiento de distancias, que por su ritmo acelerado no tiene precedentes. Lo "multinacional" ha proliferado por todas partes y a todos los niveles. Unidades de referencia u organizativas cada vez mayores caracterizan a nuestro tiempo, tanto a escala regional como mundial. En lo económico, en lo social, en lo político, en lo militar. Su simple enumeración sería poco menos que infinita (Este-Oeste, Norte-Sur, Tercer Mundo, ONU, UNESCO, Países No-Alineados, OTAN, Pacto de Varsovia, Liga Árabe, OPEP, Mercado Común Europeo, Pacto Andino, etc. etc.). Las confrontaciones de todo tipo son cada vez menos entre naciones y más entre bloques de naciones. Como decíamos al principio, ciertamente cada vez resulta más difícil precisar las fronteras entre lo extranjero y lo nacional.

El hecho es indiscutible. Queremos insistir en que su origen radical hay que buscarlo en el campo de una economía que se ha venido convirtiendo en transnacional. Si bien las empresas corporativas comenzaron a actuar transnacionalmente desde los albores de la historia del capitalismo, sólo a fines del siglo pasado se inició la transferencia al exterior de grandes volúmenes de capital, con el fin de producir allí donde se encuentran los mercados o donde se puede ahorrar en costos de producción. Especialmente en el período posterior a la Segunda Guerra Mundial, crecieron

rápidamente las inversiones de las grandes empresas fuera de las fronteras de sus países de origen, es decir, se registró una aceleración del proceso de transnacionalización de las economías nacionales y se consolidó el sistema de capital mundial. El núcleo de la lógica de ese capital mundial es la doctrina del libre mercado aplicado al espacio mundial: enriqueciéndose a sí mismas, las Empresas Transnacionales están enriqueciendo al mundo.

No es éste el lugar para examinar a fondo los complejos mecanismos y la dinámica del proceso de la transnacionalización de la economía en sus diferentes etapas. Sin embargo, hay algo que no queremos dejar al margen. Ya antes de la "revolución industrial", el capital mercantil se había expandido, transnacionalizando mercados y medios de transporte. Pero sólo desde las últimas décadas del siglo XIX se inicia una fase superior del proceso, como resultado de la transnacionalización de las finanzas y de la propia producción capitalista. Alcanzando dimensiones mundiales, el capital productivo transnacionaliza el dominio de los mercados mediante el control de los modelos universales de consumo, con vistas a ofrecer mercados relativamente homogéneos y fáciles de controlar. El papel de la publicidad será ahí determinante. Por supuesto, quien controla los modelos de consumo de un pueblo controla también la definición, tanto objetiva como subjetiva, de sus necesidades y aspiraciones y, en última instancia, de su propia modalidad de desarrollo.

No se puede ignorar tampoco que esa nueva estrategia del capital transnacional determina una redefinición de las funciones del Estado nacional. Se hace preciso llevar a o mantener en el poder a sectores de las respectivas élites locales dispuestos a garantizar un modelo de desarrollo capaz de integrar con rapidez y con eficacia su economía nacional dentro del sistema del capital mundial. Se requiere en concreto, por parte de los Estados en los que se originan los grandes centros de poder económico mundial, una fuerza militar capaz de mantener a toda costa el equilibrio inestable de una paz siempre precaria, basada en la intimidación y en la amenaza. Las guerras modernas, de hecho o virtualmente armadas, son siempre, de alguna manera y en primera instancia, "guerras de precios". A los Estados de la periferia dominada se les exige combatir la tentación nacionalista y utilizar también el aparato policial-militar como instrumento de coerción y represión internas a fin de garantizar, a nombre de una supuesta "seguridad nacional", un clima favorable a los negocios transnacionales. La conveniencia de apoyar a dictaduras o a gobiernos de "democracia restringida", en los países de esa inmensa periferia, se decide con criterios pragmáticos y en base a un análisis "realista" de las diferentes coyunturas.

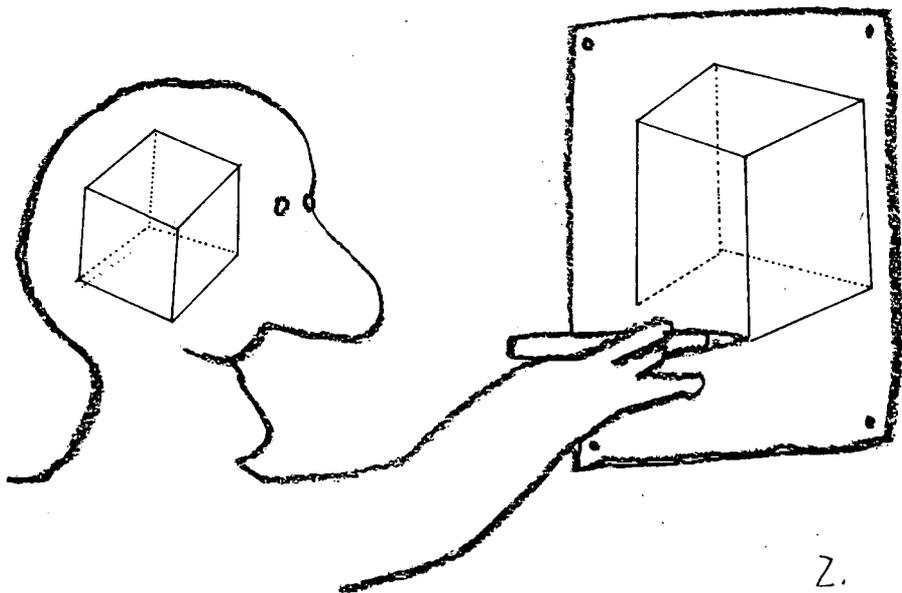
Al servicio de esa estrategia global está la red, también multinacional, del moderno sistema de medios de comunicación social. La problemática de los medios no puede ser sacada de ese contexto. Ello queda refrendado por el hecho de que en todos los foros mundiales en que se expresa la necesidad de un nuevo orden internacional de la información y de la comunicación, se subraya con fuerza la necesidad, previa o simultánea, de un nuevo orden económico mundial. Insistimos, una vez más, en que los avances tecnológicos de los medios de comunicación no generan, de por sí, nuevas formas de relación.

No nos detendremos aquí en el estudio de la "funcionalidad" de esa red de medios. Dicho estudio, en todo caso, deberá orientarse en una doble dirección. Los propios medios de comunicación, cuyo dominio tecnológico es patrimonio prácticamente exclusivo de los centros mismos del poder económico mundial, son hoy parte muy substantiva del conjunto de productos que se mueven en el mercado multinacional. Por lo dicho más arriba, creemos que queda suficientemente claro que esa tecnología no es en manera alguna neutral. En este sentido y sólo en este sentido, ciertamente el medio es el mensaje.

Por otra parte, dentro de ese gigantesco supermercado comunicacional que tiene dimensiones transnacionales, la compra-venta no es sólo de medios y de tecnología. Se venden y se compran, por ejemplo, informaciones. La "industria cultural", en régimen oligopólico dentro de los países desarrollados, produce a gran escala para vender a gran escala. La transnacionalización se traduce o se refleja, en este campo específico, como transculturización. Lo que se vende a ese inmenso mercado, cada vez más cautivo, son ciertas informaciones, ciertas ideas, ciertos entretenimientos, ciertas aspiraciones, ciertas modas, ciertas concepciones de la vida, una cierta visión del mundo. Suprimida la bilateralidad interactiva, no puede hablarse propiamente de comunicación humana. Todo resulta homogéneo, trivial, distractivo, impuesto. Esa red "comunicacional" se ha revelado como el más eficaz aparato de control social, ya antes y sobre todo después de la aparición de las computadoras. No hace falta represión cuando ha quedado suprimida la conciencia.

A estas alturas, han debido quedar más o menos claras las razones que fundamentan nuestra desconfianza frente a diagnósticos simplificadores y frente a perspectivas ilusorias. La dinámica del imperialismo económico en marcha no tiene otras metas que las de la reproducción de sus propias ganancias. El aparente acercamiento entre los pueblos es sólo expresión de la necesidad programada de convertir a todos sus habitantes en una única masa de consumidores cautivos. Nada de ello responde a un auténtico proceso civilizatorio. Someter por absorción no es lo mismo que integrar. En realidad, no se suprimen las fronteras cuando lo que se está suprimiendo son las condiciones mismas que hacen posible una vida auténticamente humana.

Es sintomático que, también a escala universal, estén hoy proliferando iniciativas de todo tipo y de signo contrario, expresiones sin duda de una protesta honda que reivindica el derecho a vivir lo propio. No se trata probablemente de restaurar viejos nacionalismos estrechos, atomizadores y estériles. No se pretende impermea-



bilizar las fronteras. No se desconoce la importancia de enriquecer lo propio a través de una asimilación genuina y discreta de lo ajeno. Son simplemente movimientos emergentes, alternativos, de legítima resistencia cultural. Es previsible que crezcan y se multipliquen. Frente a cierta "cultura" impuesta, la cultura auténtica no puede dejar de ser también contra-cultura.

Los límites entre lo extranjero y lo nacional se han venido difuminando en las últimas décadas. Nuevas, indeseables fronteras han venido a substituir a las antiguas. De un lado están todas las personas y pueblos que aman y respetan la vida. Del otro quienes la ahogan. Estos y sólo estos serán, radicalmente, los extranjeros en el mundo que está por construirse.

Definitivamente, la "aldea global" no existe todavía, a no ser en la mente de quienes parecen interesados en confundir o en ocultar la realidad. O, en todo caso, si se prefiere, una profunda crisis divide a esa supuesta "aldea global". Precisamente por ello, hay todavía razones para la esperanza.



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.

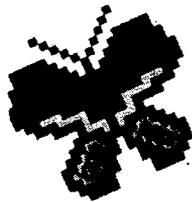
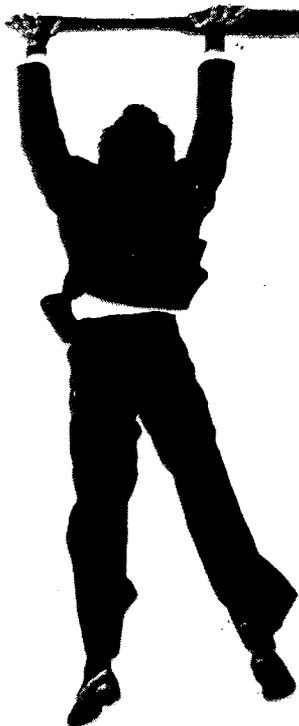
Pedidos:

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

IDENTIDAD NACIONAL Y CULTURA DE MASAS EN VENEZUELA

JESUS MARIA AGUIRRE



La intervención del Presidente de la República para hacer cumplir el decreto No. 598 de 1974, continuamente violado por las emisoras de radio, ha tenido importancia no tanto por manifestar el descrédito de las normas, sino por revelar la crisis de nuestra identificación cultural.

Ha sido sintomático la forma despectiva en que se han asumido los argumentos de "la preservación de la identidad nacional de nuestros valores culturales" o el de "evitar hasta donde sea posible, sin chauvinismos necios, que se nos deforme y colonice con expresiones alienantes de culturas en crisis" (Carta al Presidente de la Cámara de Radio, Miraflores 26 de octubre de 1985).

Sólo las sanciones impuestas con el cierre temporal de las emisoras reincidentes en el incumplimiento, lograron dar seriedad a unos conceptos que en el mercado de la industria cultural están considerados como obsoletos o meramente ideológicos. Algunas reacciones no pasan de ridiculizar la posición gubernamental como si ésta pretendiera reducir la cultura musical venezolana al "arpa y las maracas", o los valores patrios a la escucha del "himno nacional" tres veces al día.

Los cuestionamientos de fondo, sin embargo, van a otra dirección, que introduce la vacilación radical de sentido sobre la identidad nacional. En efecto, entendiendo la cultura simbólica como "aquellos sistemas de significaciones por los cuales se ordena y da sentido a la vida en una determinada sociedad o en un determinado grupo", comienza a dudarse de la supuesta identidad cultural venezolana.

Las sospechas se formulan con algunas variantes: ¿quién sabe cuál es "nuestra identidad nacional"? ¿caso el Presidente de la República sería capaz de precisar ante un grupo de empresarios o académicos qué entiende por "cultura" o por "nuestros valores culturales"? O ¿es que el discurso político todavía no se ha deslastrado de los clichés pseudocientíficos como los de "colonización y alienación", puestos de moda por la nueva izquierda en la década del 60?

La perspectiva común a todos estos cuestionamientos con una buena dosis de razonabilidad, en la práctica presupone otro postulado más radical: si Adam Smith había demostrado que el bienestar de cada individuo, lo mismo que el de la totalidad de la sociedad, dependía de la totalidad de la sociedad, dependía de la competencia ilimitada del mercado, cualquier intento de modificar o suavizar las condiciones de éste, sea a nombre de la soberanía política o de los valores culturales, acarreará inevitablemente una disminución del bienestar ciudadano.

El mercado sería la única realidad clara e incuestionable para enjuiciar cualquier otro proceso político o cultural, y las transacciones simbólicas deberían someterse a la misma lógica de la oferta y demanda de bienes. Llevando hasta las últimas consecuencias esta argumentación se supone, aunque no se exprese, que quien domina en el mercado está llamado a imponer las escalas de integración cultural, las pautas de identificación, y, en último término, la definición de las unidades nacionales o sociales de transacción.

Es sintomática también de esta vacilación de sentido nacional la tematización frecuente del problema en la última década, ya que la identidad se hace objeto de estudio o de discusión pública, cuando se crean las condiciones sociales para dudar de lo colectivamente admitido (1).

Las siguientes notas tratan de jerarquizar y transparentar los diversos niveles del problema de la identidad nacional en relación con la cultura de masas, vehiculada por los medios de difusión colectiva, que ya en Venezuela están integradas al mercado.

EL NACIONALISMO COMO REGULADOR PRIMARIO

Aunque un proverbio pesimista europeo afirma que "una nación es un grupo de personas unidas por un error común acerca de sus antepasados y un disgusto común por sus vecinos", y no faltan antropólogos que definan escépticamente el nacionalismo como "un sentido de comunidad basado en la ilusión de un origen común y el espejismo de un común destino", sin embargo nadie niega que constituye una de las fuerzas políticas más poderosas para lograr la integración, sobre todo de los países jóvenes.

Una vez superada la etapa de las hordas tribales, el problema permanente de las poblaciones confrontadas por la diversidad étnica y las diferencias de clases ha sido el de la constitución y legitimación de algún tipo de unidad, que asegure la coor-

dinación necesaria de las partes para la subsistencia del grupo y para su defensa frente a un medio hostil o un enemigo común.

Dejando ahora de lado las vicisitudes históricas particulares de la constitución de las nacionalidades, podemos encontrar un marco común de interpretación en la teoría cibernética de Ashby, si bien adaptándola a los modelos sociales.

En términos de esta teoría cada grupo debe satisfacer su interés común, obteniendo rendimientos positivos en sus intercambios con el entorno y específicamente en sus intercambios con los demás grupos con los que interactúan. El principio de interés reside en incrementar al máximo sus beneficios (energía extraída del ambiente) reduciendo al mínimo sus costes (energía cedida al ambiente).

Los grupos precisan mecanismos de regulación, capaces de seleccionar, entre todas las posibles conductas disponibles a su alcance, aquellas que mejor satisfagan su interés y capaces de imponerse como reglas por su grado de eficiencia. Ahora bien, ante un entorno cambiante los grupos varían de conductas, estabilizando aquellas que satisfagan el interés y conmutando aquellas otras que no lo satisfagan.

Los reguladores de conducta operan como canales de comunicación que modifican la conducta del grupo en función de la información que transmiten las diversas fuentes. Entre esas fuentes tenemos las primarias alimentadas por el mismo grupo, cuya comunicación es endógena y orientada a mantener su propia estabilidad; las secundarias, cuya fuente de entrada es la propia conducta interindividual, dirigida centrífugamente a sincronizarse y coordinarse con otros grupos incolucrados en las variaciones; las terciarias, canales, cuya fuente de entrada es, directamente, la variedad ambiental, y que comunican al grupo con las mismas fuentes energéticas que comparte con el resto de los grupos.

El nacionalismo sería un típico regulador primario, ya que garantiza la persistencia del grupo como unidad estable y mantiene la comunicación de cada grupo consigo mismo para su reproducción originaria.

Obviamente cada nivel de integración interconectado superestructuralmente por reguladores comunicativos, comporta una infraestructura de tipo técnico y conductual. En nuestro caso, la integración nacional presupone un nivel de desarrollo económico con un grado considerable de dependencia económica y un sistema de transporte y comunicaciones; a ello hay que añadir la integración administrativa-política, generalmente con una región dominante, controlada por una élite, representativa de un movimiento social (2).

El modelo de Ashby remite en último término a los condicionamientos derivados del tipo de tecnología y al sistema productivo con su correspondiente división social. Sus límites críticos provienen de las desigualdades asociadas a la división social del trabajo, por la que unos grupos reciben más cuota de excedente que otros. En esta situación de desequilibrio se genera una doble consecuencia negativa: que los miembros quieran desagregarse de los grupos que reciben menos excedente global y que los grupos entren en conflicto por el reparto de excedentes (3).

Si los reguladores primarios y, particularmente el nacionalismo, no son capaces de mantener unido al grupo con sus mecanismos de defensa e inmunización frente a los exogrupos, la amenaza es la disolución del grupo. Los pueblos pueden mantener su estabilidad en el tiempo bajo el principio de identificación nacionalista o también disolverse bajo la influencia de un exogrupo superior.

Los reguladores comunicativos de nivel primario con sus aperturas y cierres reflejan el grado de estabilidad del grupo y se sensibilizan al máximo cuando la unidad está amenazada. Sus variaciones son un buen indicador para modificar las conductas que ponen en peligro la supervivencia del endogrupo y por ello requieren una atención especial.

En la crisis actual del nacionalismo venezolano estamos ante un cambio cultural de grandes proporciones que imposibilita la comunicación según los significados de la propia cultura por la presión violenta de otra cultura o simplemente se están produciendo variaciones de algunos significados de la propia cultura?

Si bien el modelo cibernético facilita la detección del grado de desequilibrio proveniente de los reguladores y canales de transmisión, no nos revela la dirección de la crisis, ni su significado profundo.

LA IDENTIDAD CULTURAL COMO MEMORIA Y PROGRAMA

Desde una perspectiva sico-social Maritza Montero define la identidad nacional como "el conjunto de significaciones y representaciones relativamente permanentes a través del tiempo que permiten a los miembros de un grupo social que comparten una historia y un territorio común, así como otros elementos socio-culturales, tales como un lenguaje, una religión, costumbres o instituciones sociales, reconocerse como relacionados los unos con los otros biográficamente" (4).

Sin embargo, como ella misma apunta: "esta identidad incluye las relaciones con aquellos que aparecen como no suscribiendo estas condiciones, es decir, los extranacionales poseedores de una identidad diferente". Además continúa: "habría que distinguir entre la identidad así concebida, y lo que podría denominarse identificación nacional exterior, que sería el conjunto de significaciones y representaciones con los cuales se reconoce, se define, se tipifica a los miembros de un grupo nacional desde el exterior".

A diferencia del antiguo concepto de "caracter nacional", con implicaciones genéticas y raciales, Maritza Montero apunta más bien a que la personalidad del venezolano es un conjunto de comportamientos preferentemente aprendidos en un contexto específico, es decir hace referencia a la cultura y no a la raza.

Esta personalidad de base, en el marco del enfoque cibernético expuesto anteriormente, estaría formada a partir del conjunto de reguladores primarios, que por expansión dan origen a los secundarios, capaces de resolver las necesidades y tensiones creadas en la sociedad a nivel primario.

Si la teoría expuesta ha de ser coherente, esto quiere decir que la cultura a pesar de no existir más que en el individuo, le sobrepasa, ya que es una especie de medio ambiente externo, percibido uniformemente por todos los miembros de una sociedad dada, a los que moldea. Por eso la perspectiva sico-social requiere ser complementada con un modelo sociológico del comportamiento que no necesita expresarse en términos psicológicos, sino en un modelo de estructura social.

Los estudios genético-estructurales pueden ayudar a descubrir lo que la cultura venezolana tiene de común, aun en el caso de que lo común sea potencial. En este enfoque sería insuficiente definir la identidad nacional por el momento en que concluye o por la mera referencia endogrupal (5).

Lo fundamental es el momento originario, en que se articula el proyecto ideal, ya que la identificación nacional puede cristizar en múltiples paradigmas. Así, por ejemplo, según la tipología de Peter Worsley tenemos: a) Movimientos que buscan construir sistemas estatales sobre vinculaciones culturales preexistentes (de religión, lenguaje, raza, etc.), reforzando la conciencia de tales ligámenes. b) Movimientos que establecieron estados independientes sobre la base de estructuraciones político-culturales marcadas por la colonización, en los que los "ciudadanos" no participaban de unas expresiones culturales homogéneas. c) Movimientos que trascienden las fronteras estatales establecidas sobre adscripciones culturales más amplias: religiosas (panislamismo); lingüísticas (panarabismo); físicas (indoamericanismo); incluso conti-

mentales (panamericanismo) (6). Ninguno de estos tipos ideales, en sentido weberiano, descansa sólo sobre un tipo de apelación. Por estas razones determinar la identidad cultural del venezolano requiere plantear: 1. ¿En nombre de qué grupo o grupos hablan o pretenden hablar, ayer y hoy quienes controlan las reglas de adscripción? 2. De qué intereses del pasado o proyectos del futuro, manifiestos o latentes se constituyen en defensores o promotores? 3. ¿Cuáles son sus reales o potenciales adversarios? En síntesis señalar sus intérpretes históricos. Así históricamente el español-americano colonizado se preocupa de sí mismo como uno, sólo por contradistinción de sus amos españoles-europeos. En esta matriz cultural de oposición y distinción surge y se desarrolla su conciencia. El mismo Bolívar fluctuará en el manejo de diversas apelaciones hasta llegar a proposiciones tan amplias como la "Gran Colombia" o la "Liga Anfictiónica" Para los primeros creadores del proyecto nacional no era posible referirse a la identidad nacional como memoria sino como programa futuro, es decir, como creación susceptible de convertirse en memoria (7).

Con las nuevas circunstancias los tipos de oposición fundamental cambian y surgen nuevos grados de pertenencia, mientras pierden importancia viejas identificaciones. Definirse, por ejemplo, como "españoles americanos" supuso en un primer momento romper con los españoles europeos, y especificarse como "venezolanos" implicó después diferenciarse de los otros americanos, que compartían territorio, lengua, religión y aun costumbres e instituciones comunes.

En resumen, el principio del interés sigue rigiendo los procesos de identificación con sus respectivas transacciones, y en cada nueva etapa se reformulan las oposiciones estructurales entre endogrupos y exogrupos, expresados en un sistema de prohibiciones y prescripciones.



Z.

Sin esperar a que se resuelvan las condiciones de la dependencia estructural, basada en factores económicos y tecnológicos, y sin postergar las posibilidades de una cultura nacional cabe desarrollar la identidad simbólica con base a una doble estrategia que pudiera formularse así: a) ¿Qué oposiciones estructurales conviene mantener en la memoria no hereditaria del pueblo venezolano para sostener su identidad y, por tanto, su diferencia? b) ¿Qué nuevas identificaciones conviene anticipar como programa futuro para volverlas, a su vez memoria colectiva, sin fosilizarse en un maniqueísmo regresivo? Las respuestas ético-políticas son indeclinables (APENDICE I).

LA CULTURA EX-CENTRICA DEL VENEZOLANO

Venezuela se sitúa en el marco de la así llamada cultura occidental que va gradualmente absorbiendo y haciendo desaparecer todas las otras culturas. Aunque este proceso, a juicio de antropólogos como E. Rivero, no prueba que la cultura que prevalece se halle provista de un mayor equilibrio interno y de una mayor coherencia, sin embargo demuestra que sus esquematismos técnico-prácticos son más eficaces y sus paradigmas de comportamiento más sugestivos. De ahí que un chauvinismo a ultranza no solamente sea ingenuo sino ineficaz.

En último término lo que decide en los conflictos culturales más graves es el predominio o superioridad de las capacidades técnico-prácticas que son empleadas en las transacciones armadas o en la lucha económica, y la mayor sugestividad en los paradigmas de comportamiento.

Hoy el riesgo fundamental para la cohesión latinoamericana y venezolana, no proviene ya, como en la colonia, de Europa sino de los Estados Unidos, superpotencia que va subsumiendo el continente como su mercado co-extensivo, paso previo para su integración cultural más o menos diferenciada. Cada pueblo latinoamericano es un virtual Puerto Rico, con su centro fuera de sí, aunque las distancias, la extensión geográfica, la densidad poblacional, la coherencia político-ideológica y otros factores, determinan la diferente capacidad de resistencia en cada caso.

Aunque pueda decirse que esta cultura superior responde a un modelo más universal del desarrollo postindustrial o del capitalismo monopolista, de hecho la aculturación en nuestro país viene con la impronta del modelo norteamericano, que además resulta ser la potencia hegemónica de la cultura occidental.

La dependencia técnico-práctica y militar respecto a Estados Unidos, el endeudamiento ante entes financieros sobre todo norteamericanos, la ingente fuga de capitales hacia el norte, el crecimiento de los núcleos de decisión estratégicos fuera del país y los graves desequilibrios internos, nos demuestran que las variables esenciales del organismo se han desplazado fuera de los límites convenientes para la supervivencia del país.

La visión optimista de Servant-Schreiber sobre la posibilidad de que los países petroleros pudieran reducir el gap tecnológico ha sido un fiasco; la humillación de la OPEP, celebrada por Reagan, es un indicio de la peligrosidad de que nos salgamos del puesto asignado; y las denuncias del presidente del SELA sobre la intransigencia norteamericana respecto a los desarrollos informáticos latinoamericanos nos señalan cuál es nuestro real opositor.

Los esquematismos icónicos y lingüísticos de las ciencias puras y aplicadas, especialmente de los sectores claves de la informática y comunicaciones, las modalidades organizativas de la producción y consumo, las pautas de distribución del trabajo y sus contenidos, están trasformando tan profundamente la conducta del venezolano que los viejos valores confiados a fórmulas lingüísticas e icónicas ya no encuentran eco en las mayorías y son considerados como carentes de sentido, sin capacidad para iluminarnos o guiarnos.

A nivel de los reguladores superestructurales los juicios sobre los individuos, relacionados necesariamente con los personajes ideales, postulados por las pautas, están dominadas estadísticamente por los estereotipos y mitos norteamericanos.

Aunque todavía no poseemos un estudio unitario sobre la sociodinámica de la cultura venezolana, contamos con un conjunto de estudios congruentes, cuyos resultados coinciden en la detección de una autoimagen de minusvalía nacional y una estimación alta de lo norteamericano, que nos hace particularmente vulnerables a una aculturación acelerada (8).

Entre las consecuencias de esta aculturación hallamos el menosprecio de la personalidad de base autóctona y de las propias producciones; el olvido de los símbolos patrios frente a la sugestión de los nuevos mitos; la devaluación de la cultura escolar, regulador primario del pasado ante la nueva cultura universal y futurista de los medios electrónicos, reguladores del presente; la deformación del idioma común y la aniquilación de las lenguas indígenas, consideradas como obstáculo para la modernidad.

La regresión del castellano en los medios de difusión es particularmente alarmante, ya que la lengua natural, como explica J. Lotman, constituye el sistema básico que proporciona a los miembros el sentido intuitivo de la estructuralidad que organiza la experiencia común.

Sin duda que la "resistencia y persistencia" de lo venezolano es un obstáculo para la aculturación, pero un obstáculo en cuanto se trata de una redefinición de la identidad para los venezolanos, hecha por los no venezolanos desde otro centro de referencia y desde otro principio de interés. Por eso la resistencia por lo venezolano no es una simple fosilización del pasado, sino una lucha para recuperar la iniciativa y defender que no es posible otra identificación que la formulada soberanamente en términos democráticos; en suma, para mantener el derecho de la propia autodefinición.

Por ello la respuesta a la pregunta sobre las oposiciones estructurales que conviene mantener en la memoria no hereditaria del venezolano, apunta hacia la diferenciación crítica frente a la indiscriminada aculturación norteamericana.

CULTURA DE MASAS E IDENTIDAD FUTURA

En la actualidad es evidente, como afirma A. Moles, que "lo principal del conocimiento ya no se establece por intermedio de la educación sino de los mass-media de comunicación", que constituyen la verdadera escuela permanente (9).

La transmisión cultural venezolana sufre de una especie de esquizofrenia por cuanto el aparato educativo, que ni siquiera regula la continuidad generacional, opera con mensajes del pasado, mientras la población mayoritariamente joven busca sus requerimientos culturales en los medios electrónicos abiertos al presente.

La juventud, que no ha ingresado en las responsabilidades adultas o que espera en la cola de los desempleados las oportunidades vitales, necesita sincronizarse con su temporalidad, competir con sus coetáneos para no quedar desplazado. Estas necesidades informativas, bien que mal, son satisfechas por los medios masivos, sobre todo electrónicos, dada la baja capacidad lectora de nuestra juventud.

Las comunicaciones de tipo científico, técnico o financiero, que son estratégicas también para el futuro lo hacen a tan alto costo que prácticamente resulta inaccesibles para la población aún joven, sometido en general a un sistema de enseñanza rígido y poco aprovechable para las cambiantes oportunidades.

Los reguladores primarios, que tienden a mantener la identidad de los miembros de cada comunidad de intereses (nacionalismo, religión, ideologías políticas...)

no logran cautivar a los jóvenes, que aún carecen de intereses comunes con nadie, no necesitan cerrarse al exterior y se abren a la irresistible sugestión de la cultura foránea sin dispositivos inmunológicos y selectivos.

La creación y mantenimiento de mitos dinámicos capaces de movilizar la juventud venezolana parece estar fuera de nuestro control interno, a pesar de los esfuerzos públicos por conservar y transmitir la memoria cultural del país a través de bibliotecas, archivos, museos y el mismo sistema escolar; sin articulación con la cultura de masas. Es decir, que los vectores más dinámicos de los procesos de identificación son dominados por los centros foráneos.

¿Qué pronóstico cabe hacer sobre la futura identidad nacional cuando ni siquiera controlamos los proyectos que configuran los deseos de los personajes ideales, capaces de configurar las pautas de nuestra cultura y de nuestros valores?

Hoy las estrategias del mercado tienden a quebrar los únicos mecanismos reguladores de la homeostasis nacional como son los tradicionales monopolios públicos y el sistema de concesiones, organizados bajo los principios del servicio público y del uso complementario. Este proceso, actualmente desatado en Europa, tiende a acogerse miméticamente en Venezuela, cuando ni siquiera hemos contado con una política de comunicación de régimen mixto auténtico.

A las permanentes razones de las ventajas de la economía de escala para el abaratamiento de los productos culturales, se añaden las compulsiones tecnológicas de las transmisiones televisivas e informáticas por encima de las fronteras nacionales (10).

A nivel ideológico se plantea sin rubor que la supervivencia de lo venezolano autóctono es una desventaja para las transacciones en un mundo cosmopolita, en que los parámetros nacionalistas han perdido vigencia. Nuestra historia, folklore e idioma con su lógica maniquea de patria versus extranjero no serían sino reguladores reaccionarios que coaccionan la libertad de los individuos a nombre del pasado.

Posiblemente se nos avecina el conflicto más grave de la identificación nacional desde los albores de la historia patria. Cada día que la cultura nacional se siente más amenazada por la ex-centricidad de la cultura de masas, se nos revelará más urgente asumir la identificación latinoamericana como programa cultural del futuro, si no queremos ser absorbidos por la expansión avasallante de los EE.UU.

Ante la hipótesis inicial de que cualquier intento de modificar o suavizar las condiciones del mercado, sea a nombre de la soberanía política o de los valores culturales, acarreará inevitablemente una disminución del bienestar de los venezolanos, al país se le impone el dilema de asociarse como cliente satélite al gran mercado norteamericano o resistir con cierta dignidad en la realización del proyecto de una futura identidad venezolana y latinoamericana.

NOTAS BIBLIOGRAFICAS

- 1) En el período 1976-1986, dejando a margen los artículos y entrevistas periodísticas, podemos señalar: 1976 Rangel, Carlos: *Del buen salvaje al buen revolucionario*, Monte Avila Editores, Caracas. 1977 Cañizales Márquez, José: *Así somos los venezolanos*, Ed. Fuentes, Caracas. 1978 Betancourt, Rómulo: *América Latina, Democracia e integración*, Ed. Seix Barral, Barcelona. 1980 Carrera Damas, Germán: *Una nación llamada Venezuela*, UCV, Dirección de Cultura, Caracas. 1980 Rojas Guardia, Armando: *Identidad venezolana*, Ed. Centro Gumilla, Caracas. 1981 Casanova, Ramón Vicente: *Aproximación a los venezolanos*, Talleres Gráfi-

- cos Universitarios, Mérida. 1982 Mosonyi, Esteban Emilio: **Identidad Nacional y culturas populares**, Ed. La Enseñanza Viva, Caracas. 1982 Carías, Rafael: **¿Quiénes somos los venezolanos?**, ISSFE, Los Teques. 1982 Bernardo Viso, Angel: **Venezuela, Identidad y Ruptura**, Ed. Alfadil, Caracas. 1984 Montero, Maritza: **Ideología, alienación e identidad nacional**, EBUCV, Caracas.
- 2) Ashby, William Ross: **Introducción a la cibernética**, Ed. Nueva Visión, Buenos Aires. 1976. Deutsch, K.W.: **El nacionalismo y sus alternativas**, Ed. Paidós, Buenos Aires. 1971, pp. 11 ss.
 - 3) Para el análisis del nacionalismo en la perspectiva marxista véanse: Bloom, Salomón, **El mundo de las naciones, el problema nacional en Marx**, Ed. Siglo XXI, Buenos Aires, 1975; Levrero, Renato, **Nación, metrópoli y colonias en Marx y Engels**, Cuadernos Anagrama, Barcelona, 1975.
 - 4) Montero, Maritza: **Ideología, alienación e identidad nacional**, EBVC, Caracas, 1984, pp. 76-77.
 - 5) Touraine, Alain: **Sociología de la acción**, Ed. Ariel, 1969.
 - 6) Worsley, Peter: **El Tercer Mundo**, Ed. Siglo XXI, 2da. Ed. México, 1971; Zavaleta, René: **Notas sobre la cuestión nacional en América Latina**, Ponencia presentada al XIV Congreso Latinoamericano de Sociología, San Juan, 1981.
 - 7) Lotman, Jurij M. y Uspenskij, Boris A.: **Sobre el mecanismo semiótico de la cultura**, en *Semiótica de la Cultura*, Ed. Cátedra, Madrid, 1979, p. 71 ss.; Francoeur, Louis: **The Dialogical Semiosis of Culture**, en *American Journal of Semiotics*, Vol 3, No. 3 (1985), p. 121-130; Segre, Cesare: **Semiótica, historia y cultura**, Ed. Ariel, Barcelona, 1981.
 - 8) Sobre los efectos de orden sico-social merecen señalarse la obra citada de Montero, Maritza: **Ideología, alienación e identidad nacional**, y el ensayo de socio-génesis de Pomenta, Eloy Silvio: **El borderline o la manera narcisista de vivir**, Ed. Científico-Médica, Madrid, 1985.
 - 9) Moles, A.: **Sociodinámica de la cultura**, Ed. Paidós, Buenos Aires, 1978, p. 31; Gil, Enrique: **Los depredadores audiovisuales, Juventud urbana y cultura de masas**, Ed. Tecnos, Madrid, 1985, p. 138.
 - 10) Esteinou, Javier: **La Identidad Cultural frente a las Nuevas Tecnologías de la Comunicación**, TICOM, mimeo, 17 p., México, 1985; Shiller, Herbert: "Corriente de Información Electrónica y el Creciente Ataque a la Soberanía Nacional", *Revista C-CAL*, Año 1, No. 1, Dic. 1985, pp. 87-99; Berenguer, José María: "El Descubrimiento compartido, una Comunidad Iberoamericana de Información, fundamentada en la Telemática, en *TELOS*, n. 3, 1985, pp. 8-31.

APENDICE I

EL NACIONALISMO EN LOS CODIGOS DE ETICA PROFESIONAL DEL PERIODISTA

El siguiente documento recoge las referencias explícitas sobre el tema de la nacionalidad, expresadas en una muestra de cincuenta y cinco códigos de ética profesional, de otros tantos países. (Véanse los textos completos en *Códigos deontológicos de los medios de comunicación* de Porfirio Barroso, Ed. Paulina y Verbo Divi-

no, Madrid, 1984, 428 pp.). Sin sumar tres códigos de ámbito supranacional, sólo veintiuno contienen formulaciones expresas sobre la variable nacional.

I. CODIGOS DEONTOLOGICOS DE LA PRENSA DE AMBITO SUPRANACIONAL

Código de ética para periodistas:

“Los periodistas (...) pregonan (...) respeto por los principios promulgados por la Carta de las Naciones Unidas, y en primer lugar aquellos que: tratan de mantener la paz y la seguridad; promueven las relaciones amistosas entre las naciones...” (Código de la OIP, Praga, Checoslovaquia, op. cit. p. 33).

Código latinoamericano de ética periodística:

“Artículo 2. Debe contribuir al fortalecimiento de la paz, la coexistencia pacífica, la autodeterminación de los pueblos, el desarme, la distensión internacional y la comprensión mutua entre los pueblos del mundo, luchas por la igualdad de la personalidad humana sin distinción de raza, opinión, origen, lengua, religión y nacionalidad. Es un elevador deber del periodista latinoamericano contribuir a la independencia económica, política y cultural de nuestras naciones y pueblos, al establecimiento de un nuevo orden económico internacional y la descolonización de la información”.

“Artículo 3. (...) Promover las condiciones para el establecimiento del flujo libre y equilibrado de noticias en los niveles mundial, regional y nacional”. (II Congreso Latinoamericano de Periodistas, Caracas, 1979, op. cit. p. 38).

Código internacional de ética periodística

“8. Respeto de los valores universales y la diversidad de culturas: El verdadero periodista defiende los valores universales del humanismo, en particular la paz, la democracia, los derechos del hombre, el progreso social y la liberación nacional, y respetando el carácter distintivo, el valor y la dignidad de cada cultura, así como el derecho de cada pueblo a escoger libremente y desarrollar sus sistemas político, social, económico o cultural. El periodista participa también activamente en las transformaciones sociales orientadas hacia una mejora democrática de la sociedad y contribuye, por el diálogo, a establecer un clima de confianza en las relaciones internacionales, de forma que favorezca en todo la paz y la justicia, la distensión, el desarme y el desarrollo nacional. Incumbe al periodista, por ética profesional, el conocer las disposiciones existentes sobre este tema y que están contenidas en las convenciones internacionales, declaraciones y resoluciones”.

“9. (...) ‘Haciéndolo así, el periodista puede contribuir a eliminar la ignorancia y la incompreensión entre los pueblos, a hacer los ciudadanos de un país sensibles a las necesidades y deseos de los otros, a asegurar el respeto de los derechos y de la dignidad de todas las naciones, de todos los pueblos y de todos los individuos, sin distinción de raza, sexo, lengua, nacionalidad, religión o convicciones filosóficas’. (Nuevo Código Internacional de Etica Periodística, UNESCO, 1983, op. cit. p. 45).

II. CODIGOS DEONTOLOGICOS DE LA PRENSA DE AMBITO NACIONAL

Alemania Federal

"11. Nadie debe ser discriminado por razón de su pertenencia a alguna raza, religión o grupo nacional". (Código de la Prensa, 12 de diciembre de 1973, op. cit. p. 50).

Bélgica

"10. El periodista puede preconizar la modificación abrogación de las leyes pero no las puede atacar incitando a los ciudadanos a violar sus prescripciones. Tampoco puede dedicarse a hostigar el odio de una potencia extranjera contra Bélgica, ni puede secundar propagandas extranjeras peligrosas para las instituciones nacionales, ni incitar a los ciudadanos a la guerra civil, la destrucción o los atentados".

"27. Si el territorio nacional fuese ocupado por el enemigo, el periodista deberá rechazar toda participación en un periódico que trabaje bajo la censura del poder de ocupación". (Grandes principios de la deontología del periodista belga, 1947, op. cit. p. 56 y 57).

Brasil

"7. El periodista debe luchar por la soberanía nacional en sus aspectos políticos, económicos y sociales". (Código de ética de los periodistas, op. cit. p. 60).

Colombia

"B.1. El periodismo y los periodistas deben estar siempre al servicio de la verdad, la justicia y los derechos de los pueblos y de los ideales de perfeccionamiento y avance de la sociedad y amistad entre los pueblos". (La ética del periodista, op. cit. p. 66).

Costa Rica

"Artículo 11. El periodista debe luchar sin descanso por la soberanía nacional y el progreso de su país en todos los órdenes". (Código de ética del periodista costarricense, op. cit. p. 69).

Checoslovaquia

"Artículo 3. Vigilará los progresos revolucionarios de nuestro pueblo trabajador. Implacablemente luchará contra las ideas revisionistas y burguesas, contra el anticomunismo en todas sus formas, contra el nacionalismo, contra el regionalismo y contra todo lo que sea enemigo de una sociedad socialista".

Artículo 4. El periodista checoslovaco ayudará a profundizar y fortalecer la unidad de los países del área socialista. Vigilará y fortalecerá la amistad y unión con la URSS, en la que se basa la garantía de nuestra soberanía y seguridad nacionales, así como el afianzamiento del desarrollo comunista y socialista de nuestra sociedad en un futuro cercano". (Principios de ética del periodista socialista de Checoslovaquia, Mayo 1977, op. cit. p. 71).

Chile

"9. Se consideran faltas graves a la ética profesional periodística, debiendo su comisión ser sancionada severamente: (...) f) La discriminación racial, nacional, religiosa o ideológica o alguna otra referencia que pueda ofender a terceros, sean personas naturales o jurídicas". (Carta de ética periodística vigente, op. cit. p. 74).

Egipto

“1... enfatizamos los principios siguientes en particular: a) Conservación de todo el territorio nacional, de la tierra de nuestros padres, de usurpación, ocupación y servilismo (...); e) Construir el Egipto Arabe como una verdad histórica y como una necesidad de su futuro y destino.

“9... nos comprometemos, al publica información política o puntos de vista dados por cuerpos extranjeros para este propósito, a asegurar que ellos novan contra la política nacional, y que los cargos por publicarlos están en consonancia con las normas establecidas, y prevenir la posibilidad de que los anuncios se conviertan en un vehículo de subsidio indirecto de naciones extranjeras”. (Carta de trabajo y código de la prensa, op. cit. pp. 78-79).

España

“12. El periodista deberá tener sumo cuidado en la publicación de todo aquello que atañe a la seguridad, integridad, estabilidad y soberanía nacional así como a la convivencia y la paz ciudadana, tanto nacional como internacional”. (Proyecto de código de ética profesional del periodista, op. cit. p. 83)

Estados Unidos

“Preámbulo: La primera enmienda, al proteger la libertad de expresión contra su cercenamiento por cualquier ley, garantiza al pueblo, por intermedio de la prensa, un derecho constitucional, y con ello impone una responsabilidad especial a los periodistas (...)

“Estos principios están destinados a preservar, proteger y fortalecer el vínculo de confianza y respeto entre los periodistas norteamericanos y el pueblo norteamericanos y el pueblo norteamericano, vínculo especial para sustentar el privilegio de la libertad que los fundadores de la nación confiaron a unos y a otros”. (Declaración de principios de la Sociedad Estadounidense de Redactores Periódicos, op. cit. p. 84 y 85).

Finlandia

“16. La raza, nacionalidad, profesión o convicción religiosa o política de una persona no debe ser resaltada, a menos que tenga una inmediata relación sobre el resultado principal”. (Normas para periodistas, Unión de Periodistas de Finlandia, op. cit. p. 92).

Ghana

“Creyendo en la prensa libre (...) declaramos solemnemente: (...)

9. Que describiremos y comentaremos los asuntos de países extranjeros solamente después de habernos informado adecuada e inteligentemente acerca de ellos y de sus gentes”. (Código de Etica, op. cit. 100).

Grecia

“3. La libertad de prensa no es independiente, pero debe adaptarse en todo tiempo a la política nacional más general, a condición de que esta política nacional refleje el libre deseo del pueblo expresado a través de la perfecta verificación del sentimiento nacional a la luz de las comprobaciones de un periodismo independiente”. (Código moral para periodismo y la prensa, op. cit. p. 103).

India

“2. Periodistas y periódicos se esforzarán en dar más importancia y promover las actividades del Estado y del público que conduzcan a la **unidad nacional**, a la **solidaridad**, a la **integridad** y al **progreso económico y social**”.

“14. Periodistas y periódicos no deben publicar informaciones y comentarios en perjuicio de los intereses de la **soberanía e integridad de la India**, de la **seguridad del Estado** y de las relaciones amistosas con las **naciones extranjeras**”. (El Nuevo Código de Prensa de la India, op. cit. p. 116 y 117).

Israel

“6. Constituyen faltas graves para un periodista la **difamación**, la **incitación al odio** y toda acusación **falta de fundamento contra una nación**, una **comunidad**, una **religión** o una **raza**”. (Código de Ética, op. cit. p. 122).

Jamaica

“Los periodistas no pueden: (...) e) **Hacer referencia ofensivas a individuos de una raza, color, creencia, sexo, nacionalidad o tener indulgencia en cualquier discriminación con respecto a esto**”. (Código de Prensa, op. cit. p. 123).

Noruega

“Muestre respeto por la **vida privada, raza, nacionalidad, credo o filosofía de las personas**. Nunca debe **subrayar las diferencias individuales que no tengan conexión con el asunto en cuestión**”. (Código de Ética de Prensa, op. cit. 132).

Pakistán

“10. La prensa evitará la **publicación de noticias o comentarios, fotografías o anuncios que pretendan minar la seguridad del Estado o la solidaridad de la nación**”

“13. La prensa, cuando describe o comenta algo sobre los acontecimientos relacionados con algún **país extranjero**, adquirirá los suficientes conocimientos de tal país que le permitirán **relatar y comentar correcta e imparcialmente como si fuera sobre el suyo propio**”. (Código de Ética de Prensa, op. cit. p. 140).

Portugal

“Capítulo I (...) s) **Respetar los principios fundamentales de los derechos del hombre y contribuir para mayor conocimiento y mayor comprensión entre los pueblos, en la base de los principios del derecho de las naciones a su autodeterminación e independencia, de la no injerencia en los asuntos internos, de la igualdad y ventajas mutuas y de la coexistencia pacífica, jamás favoreciendo la ideología fascista, odios raciales, étnicos, nacionales o religiosos**”. (Código deontológico de los periodistas portugueses, 1976, op. cit. p. 146).

Venezuela

“7. El periodista está en la **obligación de defender la nacionalidad**, y debe ser **instrumento para el desarrollo independiente del país, la educación, la ciencia y la cultura y estar al servicio de la liberación de los pueblos y del hombre**”.

“14. El periodista tiene su **instrumento fundamental en el idioma, elemento**

LO EXTRANJERO DE LO INTERNACIONAL

El caso de la prensa

OMAR LUIS COLMENARES

*" (...) el mensaje no existe, existe el mensajero,
que es el mensaje, así como el amor es quien
ama (...) "*

Julio Cortázar (De Rayuela)

A finales de septiembre del año pasado, durante un vuelo entre San José y Ciudad de Panamá, un corresponsal de una agencia internacional le pidió a un colega latinoamericano, con quien coincidió en el viaje, información sobre Panamá. Quería saber el nombre del nuevo presidente, cuáles eran los partidos más importantes y algunos datos históricos. Desde hacía tres meses se encontraba destacado en la capital costarricense e intempestivamente había sido relevado del poder Nicolás Arditó Barletta. Desde la sede central se le ordenó cubrir los hechos. Al día siguiente, los despachos de este periodista sobre los acontecimientos panameños fueron publicados por la mayoría de los diarios del continente, entre ellos los venezolanos.

Este caso tipifica el drama informativo que aún padece América Latina: nuestros países se siguen desconociendo diariamente a través de despachos escritos por periodistas de agencias internacionales ignorantes de nuestra realidad y cuyo objetivo es que la "conozcan" otros públicos ajenos y apartados de la problemática regional.

América Latina sigue siendo una región subinformada. Y esto tanto por el tipo de información que nos llega como por la cantidad, el medio y el origen de las mismas. Pero aquí no se trata de entrar a considerar la tergiversación de los hechos, producto de la ignorancia o la acción premeditada, ni los contenidos ideológicos implícitos en mensajes aparentemente anodinos, sino simplemente de hacer referencia a una situación objetiva, como lo es el enorme volumen de información recibida a través de los truts de noticias, principalmente los norteamericanos, que siguen publicando los diarios latinoamericanos y, concretamente, los venezolanos dejando al lector sin oportunidad de conocer lo extranjero por otros canales más identificados con nuestra realidad histórica y nuestra actualidad política y social.

En Venezuela y en América Latina se han hecho numerosos análisis sobre las agencias internacionales. Se ha comprobado hasta la saciedad que por ser monopolios que desde sus orígenes estuvieron vinculados a las potencias coloniales donde

surgieron y se expandieron, su predominio informativo es una forma sutil de reproducir la dominación ideológica, política y económica. Se han dado numerosos ejemplos sobre la tergiversación de hechos ocurridos en el Tercer Mundo con la maquiavélica intención de desvirtuar procesos revolucionarios. Se sabe cómo han sido cómplices de la intriga para desprestigiar a gobiernos progresistas y justificar posteriores golpes de estado. Se conocen que son enemigas de los organismos tercermundistas, como la OPEP, o de instituciones concebidas con el fin de fomentar la unidad regional, como el Pacto Andino, el SELA, ALADI, etc... Se tienen datos que demuestran que las dos agencias norteamericanas (AP y UPI), a partir de la Segunda Guerra Mundial, se expandieron por todo el mundo y durante los años 60 combatieron por los télex a todos los movimientos nacionalistas que se desarrollaron en el Tercer Mundo, aunque luego se desprestigiaron a sí mismas con las mentiras divulgadas sobre Cuba, República Dominicana y Vietnam.

Las agencias internacionales, en resumidas cuentas, han sido el plato predilecto de los expertos en comunicación social. Virtualmente, todos sus lados oscuros han sido descubiertos, y bien que lo han merecido; mientras que los corresponsales de esas transnacionales han sido estigmatizados, en muchos casos injustificadamente. Con más razón si se toma en cuenta que los grandes cómplices de todo este negocio, como lo son los medios de comunicación locales, y principalmente la prensa, han sido levemente tocados por las críticas.

ALIADOS DE PRIMERA, CLIENTES DE SEGUNDA

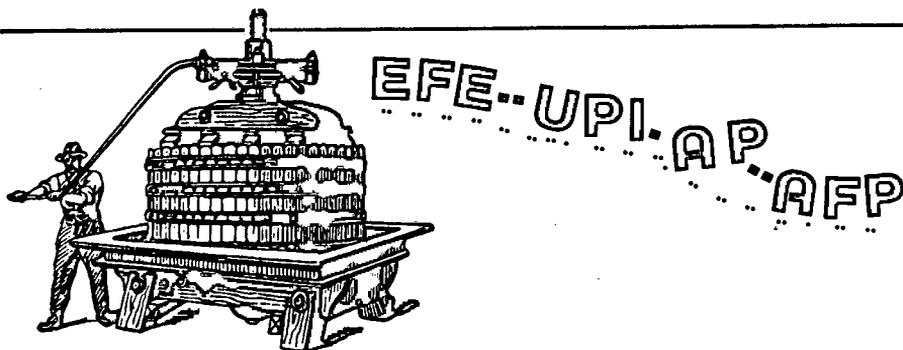
La prensa venezolana, para localizar el problema, ha sido una aliada histórica de las agencias internacionales. Desde que los primeros cables franceses comenzaron a publicarse en nuestros diarios, hasta nuestros días, no hemos tenido oportunidad de tener visiones del mundo distintas de las que nos presentan las transnacionales de noticias.

La *Associated Press* y la *United Press*, las dos agencias norteamericanas, consolidaron su predominio en Venezuela a partir de la Segunda Guerra Mundial. Y la deliberada tergiversación que han hecho de la historia latinoamericana y la indiferencia con que han tratado los asuntos regionales (porque no son de interés —salvo los golpes de estado y las catástrofes naturales— para sus principales clientes localizados en territorio norteamericano) no han sido razones suficientes para que los editores venezolanos hayan intentado “balancear” la información con servicios realmente alternativos o estimulando la especialización de redactores internacionales.

Para muestra basta un botón. Los seis principales diarios de la capital cuentan con los servicios de por lo menos una agencia norteamericana: *El Nacional* tiene a las dos, AP y UPI; *El Universal* tiene a la AP; *El Diario de Caracas*, AP; *2001*, AP y UPI; *Últimas Noticias*, y *El Mundo*, UPI. Esto es una evidencia objetiva de un hecho determinante en el manejo de la información internacional en nuestro país: mientras estas agencias sigan satisfaciendo (con toda la eficacia que la tecnología les permite) los intereses de los propietarios de los medios en Venezuela, no se buscarán alternativas reales.

Es decir, que las agencias, en principio, consolidaron un orden informativo internacional que es el sostén ideológico de nuestra dependencia económica y política. Pero, a la vez —y esto es lo que más importa para el caso—, responden a las necesidades de los editores autóctonos, quienes aun conscientes de que son tratados como clientes de segunda, no quieren ver más allá de lo que la AP, la UPI o cualquier otra transnacional les presentan.

Hasta ahora, sólo en la medida en que algún empresario de la comunicación



ha considerado que las agencias no han sido suficientes para fortalecer su interés particular, ha buscado "alternativas reales". Un caso patético es Venevisión que, inconforme con el tratamiento de la información hecha por UPI y AP en Centroamérica, tiene en la región corresponsales exclusivos y con frecuencia envía personal que se encarga de realizar reportajes que reflejan la verdad que les interesa.

Ahora bien, aunque la AP y la UPI siguen manteniendo el predominio de la información internacional en los medios venezolanos, en los últimos años la mayoría de éstos aumentó la cantidad de servicios cablegráficos. Pero esto no indica —ni mucho menos— que el fenómeno de la subinformación se haya mitigado ni que nuestros diarios sean más imparciales. Porque el problema no consiste simplemente en incluir otros "puntos de vista", sino en contar con un enfoque latinoamericano, tercermundista, venezolano, que como tal sea de verdad alternativo; en profundizar en los acontecimientos de modo que el lector no se "informe" sólo a través de los cables escuetos y aparentemente objetivos; en procesar esa información con conocimiento de causa para impedir que se nos venda gato por liebre.

Sobre este particular es muy poco lo que se ha avanzado. En cualquiera de los seis diarios mencionados anteriormente pueden encontrarse ahora junto a los cables de AP y UPI versiones de AFP, DPA, Reuter, EFE, ANSA, XINHUA y otras agencias pequeñas en cantidades mayores a otras épocas. Pero los distingos, entre éstas y las estadounidenses son meramente formales, de matices y, en algunos casos, hasta de estilo. La diferencia con estas "alternativas" está en que en lugar de que los países latinoamericanos se "informen" sobre su realidad a través de una agencia norteamericana lo hagan por medio de una francesa, una alemana, una inglesa, una española, una italiana y hasta una china.

Por lo demás, el hecho de que estas agencias se encuentren "disputándole" el monopolio a sus competidores estadounidenses en la prensa capitalina tampoco es un indicio de que haya preocupación por ofrecer mayores alternativas. En los últimos meses, las versiones sobre una posible quiebra de la UPI estimularon una ofensiva de las agencias menores por ganar ese espacio que dejaría la transnacional americana, y a tal efecto están ofreciendo "paquetes" económicos que, negocio por delante, están siendo aprovechados.

De estas agencias merecen mención aparte la XINHUA, que intenta recoger los acontecimientos mundiales con una óptica tercermundista, y la EFE, que ha tenido cambios notables desde el triunfo de Felipe González.

Pero la agencia china está mediatizada por el peso inocultable de tener que propagandear la renovación impulsada por Deng Xiaoping y la errónea estrategia

de querer competir en el plano informativo con los monstruos occidentales de la información.

El caso de la agencia española es interesante si se toman en cuenta sus prioridades comerciales y el nuevo giro que tomó con el gobierno del PSOE. Como agencia estatal que es, sus enfoques obviamente son distintos a los de cuando Franco e incluso a los del período de transición. Pero, además de eso, cabe destacar la importancia que le está dando a la región latinoamericana, por la sencilla razón de que aquí están sus principales clientes.

EL PAPEL DE LOS PERIODISTAS

A todas estas, cabe destacar el papel de los periodistas que trabajan en las agencias de noticias y en las secciones internacionales de nuestros diarios, la mayoría de las veces víctimas de una estructura comunicacional claramente definida y a la vez blanco de críticas injustificadas.

Y aquí se cae en lo que se planteó al principio. Al margen de la correspondencia existente entre la AP y la UPI, por poner el caso de las agencias norteamericanas, con los intereses del Departamento de Estado y el Pentágono, muchas veces los errores cometidos sobre acontecimientos de nuestra realidad son producto de la ignorancia de corresponsales recién llegados a países sobre los cuales apenas tenían referencias lejanas. El conocimiento de procesos implica vinculación con hechos y personajes, para lo cual se requiere tiempo de adaptación, que en el caso de los corresponsales suele ser escaso. Y aquí surgen tergiversaciones inevitables aunque existan buenas intenciones.

En nuestros diarios, las secciones internacionales se han caracterizado por tener a uno o dos periodistas (conocidos en el argot como cablistas) cuya labor primordial consiste en seleccionar los cables (tarea no tan sencilla como parece), corregirlos (poner acentos, etc...) y titularlos.

Si nos atenemos simplemente a esto, se podría considerar que la responsabilidad de los periodistas de estas secciones en la publicación de cables que claramente hayan distorsionado nuestra realidad, de informaciones evidentemente manipuladas, de noticias obviamente falsas, es grande. Pero si se toma en cuenta que generalmente no tienen otras alternativas, que sus jefes van a preferir cualquier cable cuya versión haya sido comprobada o no por encima de cualquier intento de interpretación local o de simple reelaboración, y que al día siguiente nuestros editores van a calificar de "tubazo" toda información —importante o no— que haya dado la competencia y no aparezca en su periódico, se puede comprender cuáles son las verdaderas limitaciones y dónde se encuentra la principal traba del problema.

Con esto se quiere significar que mientras los dueños de la prensa venezolana la sigan utilizando exclusivamente para satisfacer sus intereses políticos y económicos, los intentos para contrarrestar el monopolio de la información internacional por parte de las transnacionales serán sumamente dificultosos. Y el venezolano seguirá conociendo lo que sucede en el mundo y fundamentalmente en América Latina leyendo informaciones que han sido escritas por un extranjero y para un público extranjero.

Un ejemplo de las trabas existentes contra cualquier proyecto de información alternativa lo tenemos con la Agencia Latinoamericana de Servicios Especiales de Información (ALASEI). Creada con el doble objetivo de contrarrestar el desequilibrio informativo y contribuir al conocimiento mutuo de los países latinoamericanos, con una visión propia que responde a sus intereses, apenas si ha tenido cabida eventualmente en la prensa venezolana en dos años de existencia.

Los objetivos que se propuso ALASEI, tomando en cuenta los medios de que dispone, resultan poco menos que ilusorios. Sólo la brecha tecnológica que la separa de las transnacionales le impide el mínimo de competencia. El servicio llega a nuestros medios por correo. Está de más decir que pocas veces se reciben los despachos actualizados. Y cuando esto ocurre, ¿cómo se justifica ante el jefe o editor su publicación en lugar de la de un cable de AP o UPI?

EL COMPROMISO INELUDIBLE

A todas éstas, hay que admitir que el problema real no es la inexistencia de agencias alternativas. Además de ALASEI hay que recordar que desde 1959 existe Prensa Latina, sin duda un importante esfuerzo ocurrido en la región por desafiar el monopolio de las transnacionales. En estos momentos hay varios servicios pequeños como Cono Sur Press, o Inter Press Service y otras que difunden análisis de coyuntura y se preocupan por los asuntos tercermundistas. Pero, sencillamente, no tienen cabida en nuestros medios.

¿Quiere decir, entonces, que no hay esperanzas de alterar la actual desproporción informativa que padece nuestro pueblo? ¿Que la información internacional que prevalecerá en nuestros diarios seguirá siendo extranjera en su origen y en su destino? La verdad es que razones para ser pesimista existen de sobra. Pero resignarse a no encontrar soluciones es eximir al periodista local, al que maneja los cables, de toda responsabilidad. Y él también la tiene.

En las actuales circunstancias, la idea no puede ser prescindir de las agencias norteamericanas. La brecha tecnológica que nos separa y la indiscutible eficacia que tienen no lo permiten. El compromiso ineludible está en tratar de conseguir en nuestros medios espacios para esas agencias alternativas que ya existen, en procesar la información cablegráfica con toda la responsabilidad que el desequilibrio informativo actual amerita, para evitar que nuestro pueblo siga siendo víctima del engaño.

Algo de esto —y es justo reconocerlo— se ha hecho en la sección internacional de El Nacional. Es la única del país donde los cables se procesan realmente y se permite la realización de intentos de interpretación de la realidad internacional a redac-



tores locales, lo cual les posibilita la mejor comprensión de los hechos, la especialización que siempre irá en beneficio del lector. Es también uno de los pocos periódicos que dispone de corresponsales y le da cabida a otros servicios alternativos.

Pero este intento debe ser ampliado en *El Nacional* y en toda la prensa venezolana. En el mundo en que vivimos, con el adelanto de los medios audiovisuales, el lector de periódicos ya no se conforma con los simples hechos, está ávido de conocer las causas y las posibles consecuencias. Nuestros editores tienen que comprender que el periodismo interpretativo es el que satisfecerá al comprador de periódicos del futuro. Y esto con más razón en el plano de las noticias internacionales, en el cual sólo ha recibido verdades a medias.

ANEXO

Las noticias extranjeras en 11 diarios de América Latina

Durante el segundo semestre 1983-84, se dictó en la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela, un seminario que llevó el nombre "La Información Internacional en América Latina". En él participaron alumnos de esa Escuela y de la Escuela de Estudios Internacionales de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la UCV. El mismo fue coordinado por el Profesor Eleazar Díaz Rangel.

El objetivo fundamental del seminario fue la investigación de la información internacional que ofrecen los más importantes diarios de América Latina a sus lectores.

Para la investigación se tomó en cuenta el origen geográfico, los temas, las fuentes y el contenido de las informaciones. Los diarios escogidos fueron: **LA NACION** de Buenos Aires, **LISTIN DIARIO** de Santo Domingo, **LA ESTRELLA DE PANAMA** de Panamá, **EL TIEMPO** de Bogotá, **EL MERCURIO** de Chile, **EL COMERCIO** de Quito, **PRESENCIA** de la Paz, **LA REPUBLICA** de San José de Costa Rica, **EL NUEVO DIARIO** de Managua y **EL UNIVERSAL** y **EL NACIONAL** de Caracas.

Debido a las dificultades que plantea formar una semana compuesta siguiendo el método Kayser u otro similar, se optó por escoger una semana típica, durante la cual no se produjeron hechos noticiosos de mucha trascendencia. Respondiendo a este criterio se escogió la semana que va del 19 de septiembre al 25. El estudio comprendió 7 ediciones continuas de cada uno de los diarios para un total de 77 ejemplares distintos.

A) NOTICIAS DE AGENCIAS

A partir del resquebrajamiento del "cártel" de agencias internacionales de información en las primeras décadas del siglo XX, las agencias norteamericanas toman la delantera en América Latina, teniendo desde entonces altos volúmenes (entre 70 y 80 por ciento) de todas las noticias internacionales difundidas en la prensa latinoamericana.

Para tener una idea de la evolución de la influencia de las distintas agencias en los diarios de América Latina, se realizaron algunas comparaciones con trabajos anteriores de similar contenido (CIESPAL, 1962 y DIAZ RANGEL, 1966).

Las agencias norteamericanas sumadas arrojaron un 47,32 por ciento del volumen total de información internacional en los diarios estudiados durante la semana nuestra. Esta cifra, al ser comparada con los resultados anteriores, demostró una reducción importante en la depen-

dencia informativa existente para el momento de aquellos análisis:

CIESPAL (1962)	Díaz Rangel (1966)	Seminario UCV (1983)
79 %	72 %	47,32 %

Nueve de los 11 diarios estudiados presentaron esta relación de información por fuentes internacionales, exceptuando a **El Nuevo Diario** y **El Comercio**, que sumaban menos del 20 por ciento de su información internacional total de las dos "grandes" norteamericanas.

Debe hacerse una pequeña consideración respecto a los resultados en diarios del área del Caribe donde el beisbol está muy arraigado y donde los juegos de las Grandes Ligas llenan varias páginas de información proveniente de USA y preferiblemente por las agencias norteamericanas. Para el momento de la muestra esta serie se encontraba en momentos culminantes de la temporada regular.

Un descenso en la utilización de los servicios de UPI se hizo manifiesto en este trabajo:

Agencia	CIESPAL (1962)	Díaz Rangel (1966)	UCV (1983)
UPI	49,50 %	31,3 %	17,36 %
AP	29,8 %	40,8 %	29,96 %

En suma, las "transnacionales" de la información (AP-UPI-AFP-Reuter) concentran aproximadamente un 60 por ciento de la información del volumen total de información internacional, aunque en este caso se suman como excepciones al diario nicaragüense y ecuatoriano, los diarios **Presencia de La Paz** y **La Estrella** de Panamá.

La mayoría de los cables proceden de las dos grandes norteamericanas y es la AFP que hace peso en este volumen con un 7,94 por ciento de la información internacional total. Sin embargo, comparativamente, su influencia ha disminuido aproximadamente en un 50 por ciento.

CIESPAL (1962)	Díaz Rangel (1966)	UCV (1983)
13,4 %	18,6 %	7,94 %

La Reuter debería salir de la categoría de "transnacional", pues sus porcentajes son muy bajos y es utilizada únicamente en el diario **La Nación** de Buenos Aires, donde no alcanza un 10 por ciento de la información internacional total de ese medio y en **El Universal** de Caracas que publicó un 1,5 por ciento de despachos de la agencia británica, en evidente decadencia dentro de nuestro continente.

CIESPAL (1962)	Díaz Rangel (1966)	UCV (1983)
---	1,6 %	0,66 %

La Agencia EFE, por su parte, tuvo un ascenso en el número de despachos publicados y en cuanto a su utilización en diferentes diarios de América Latina hasta niveles como en **El Comercio** de Quito, donde alcanza el 31,9 por ciento de la información internacional.

Las agencias "tercermundistas" (PL e IPS) tuvieron niveles insignificantes y solamente **El Nuevo Diario** de Nicaragua utilizó los servicios de PL en la semana muestra.

Siete de los diarios analizados utilizaron el sistema de presentar despachos combinados de diferentes agencias sobre un mismo tema con un total de 2,66 por ciento del total de volumen de información internacional.

Un porcentaje muy bajo de despachos quedaron sin identificación de fuente, sus cifras no son relevantes.

**EVOLUCION EN EL USO DE AGENCIAS
EN LA PRENSA LATINOAMERICANA
(en porcentajes)**

Agencia	CIESPAL (1962)	Díaz Rangel (1966)	UCV (1983)
UPI	49,5	31,3	17,36
AP	29,8	40,8	29,96
AFP	13,4	18,6	7,94
ANSA	1,6	1,2	5,61
REUTER	—	1,6	0,77
EFE	—	—	13,74
Corresponsables	10	—	3
Otras	2,4	6,2	3,82

**CUADRO COMPARATIVO CON EL ESTUDIO
DE FERNANDO REYES MATA
(No. de despachos publicados)
(en porcentajes)**

Agencia	Reyes Mata (1976)	Seminario 1983)
UPI	39	18,07
AP	21	33,43
AFP	10	8,02
ANSA	7	-6,58-
REUTER (LATIN)	9	0,66
EFE	8	15,33
LATIN	4	1,52
OTRAS	—(muy bajos)	2,90
PL	—(muy bajos)	0,49
IPS	—(muy bajos)	0,44

B) ORIGEN GEOGRAFICO

En lo que respecta al origen geográfico, la investigación reveló que, en comparación con estudios anteriores, ha ocurrido un cambio importante en la valoración de las informaciones originadas en América Latina.

Así América Latina, que siempre ocupó el tercer lugar en investigaciones precedentes, encabezó la suma total de los porcentajes de los once diarios analizados con 31.4 por ciento, seguida de Estados Unidos con 29.8 y Europa Occidental con 20.6.

En diarios como *El Comercio* de Quito, *Presencia* de La Paz, *El Tiempo* de Bogotá, *Listín Diario* de Santo Domingo, *El Nuevo Diario* de Managua y *El Mercurio* de Santiago —más de la mitad de los analizados— la suma de las informaciones provenientes de América Latina fue mayor que la de Estados Unidos y Europa Occidental.

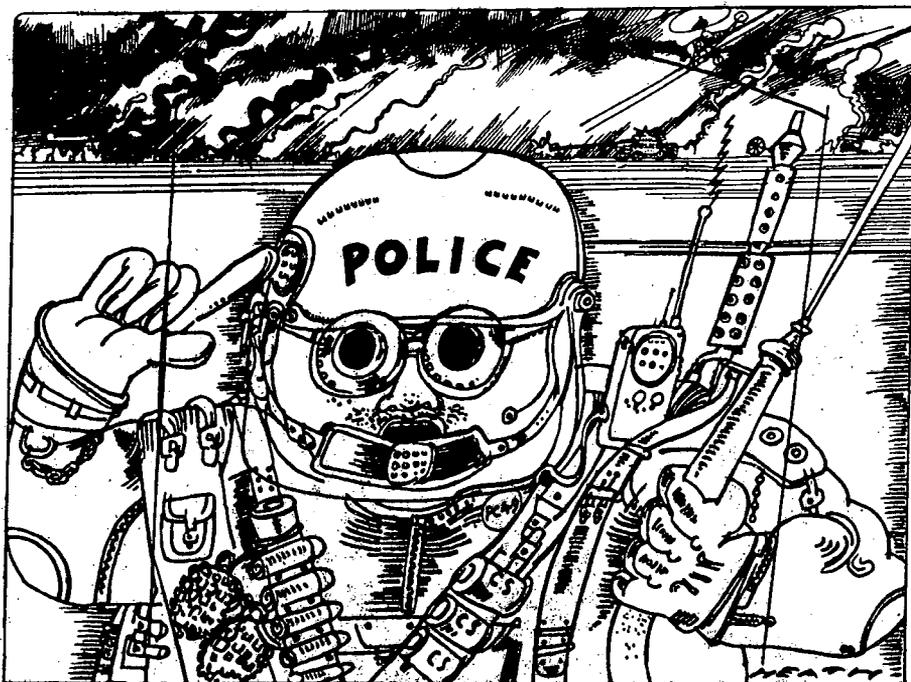
Sólo en *El Universal* y *El Nacional* de Caracas, *La República* de San José, *La Estrella* de Panamá y *La Nación* de Buenos Aires, es mayor el espacio dedicado a informaciones procedentes de los Estados Unidos.

Fueron también significativos los resultados obtenidos por Europa Occidental, que de un primer lugar que había venido ocupando, pasó a un tercero, constante en los once diarios estudiados.

No ha variado, eso sí, el tratamiento de las noticias de África, Asia, Europa Oriental y Oceanía; cuyos porcentajes no pasan del 5 por ciento, aunque sí se nota un incremento de las noticias del Medio Oriente (de 6,9 por ciento en 1975 a 9,4 por ciento en 1983).

Durante la semana en estudio no ocurrió ningún acontecimiento que haya podido alterar los porcentajes de las regiones. Salvo en el caso de los Estados Unidos, donde se originaron muchas informaciones de beisbol, cuya temporada estaba en fase final y es de mucho interés para algunos diarios y aumentaron los porcentajes respectivos en los diarios de países beisboleros.

Es importante subrayar, en relación a los porcentajes que ha obtenido América Latina en investigaciones anteriores —ver cuadro anexo— que en el de CIESPAL (1962) sus porcentajes se vieron abultados por las informaciones del Campeonato Mundial de Fútbol que se celebraba en Chile en los días escogidos como muestra. Ese dato es significativo porque da un indicio más del aumento importante de los porcentajes del continente. El 42 por ciento de todas las noticias de América Latina tenían relación con el mundial de fútbol.



CUADRO COMPARATIVO ORIGEN GEOGRAFICO
(Tres primeros lugares)
(en porcentajes)

CONTINENTE	CIESPAL (1962)	Eleazar Díaz R. (1965)	Fernando Reyes (1975)	UCV (1983)
América Latina	28.3	28	19.6	31.4
Estados U.— Canadá	27	24	20.2	29.8
Europa Occidental	31.8	31	40.5	20.6

ORIGEN POR REGIONES
(Cuadro General) 1983
(en porcentajes)

DIARIO	América L	USA-Canadá	Europa Occ.	Europa Or.	Asia	Africa	Medio O.	Oceanía
El Nacional	2251-26.7	3255.5-38.7	1575-18.7	97-1.1	348-4.1	61.5-0.7	815-9.6	---
El Comercio	2754-36.7	1356-18	1476-19.6	374-4.9	742-9.8	---	854-11.3	---
Presencia	3287.5-42.7	1233-16.2	1679.5-21.8	240-3.1	459.5-5.9	11.5-0.1	755-9.8	---
El Tiempo	2466-34.8	1439-20.8	1801-25.4	165-2.3	333-4.7	11-0.15	867-12.2	---
La República	932-27.8	934.5-27.9	902.5-29	128-3.8	98-2.9	23-0.6	324-9.6	---
Listin Diario	1512-32.2	829-17.6	1190-25.2	43-0.9	540-11.6	24-0.5	553-1.7	---
La Estrella	5941-26.8	8997-40.7	4803-21.7	348-1.5	734-3.3	306-1.3	972-4.3	---
La Nación	1167-18.4	1487.5-23.4	2038-32.15	214-3.3	547.5-8.6	---	949.5-14.9	---
El Universal	4494-30.6	4602.4-31.3	2602-17.7	356.7-2.4	504.5-3.4	188-1.2	1703.6-11.6	218.5-1.4
El Nuevo Diario	3029-38.1	2846-36	1201-15.2	120-1.5	207-2.6	30-0.4	469-5.9	---
El Mercurio	1512-32.2	829-17.6	1190-25.3	43-0.9	540-11.6	24-0.5	553-11.7	---
TOTALES	29345-31.4	27808-29.8	19268-20.6	2128-7.22	5053-5.4	679-0.7	8814.8-9.4	218.5-0.2

1 X 1

ESCARAMUZA EN UNA BATALLA PERDIDA

BERTA BRITO

Han pasado once años. Tres períodos presidenciales como quien dice, desde que el Gobierno de Carlos Andrés Pérez dictó, el 3 de diciembre de 1974, el Decreto 598 (1 x 1) para proteger la producción musical venezolana de la avalancha de música importada. Desde entonces, se estableció un verdadero pugilato entre empresarios radiales, productores y artistas criollos, quienes a pesar de la normativa se veían desplazados de las ondas radiales. La decisión del Presidente Jaime Lusinchi, el 28 de octubre de 1985, de hacer cumplir dichas disposiciones —por lo menos durante su período de gobierno— le ha dado al parecer ventaja en la pelea a nuestros artistas y autores, aunque, según vemos, empresarios y discjockeys parecen no to-



marla muy en serio como lo demuestran, a partir de esa fecha, las suspensiones de *Radio Caracas, Exitos 1090, Radio Tropical* y, más recientes, las de *Ecos del Orinoco, Radio Reloj* y *Radio Aeropuerto Internacional*.

UNA VIEJA ASPIRACION

Nuestros compositores y artistas organizados, vienen luchando desde el comienzo de la era democrática (Rómulo Betancourt) por la protección estatal al folklore y música popular venezolana, cada vez más amenazada de desaparecer en aras de los intereses comerciales de la industria disquera y de la radiodifusión que son las que imponen la moda y el estilo de musical del momento.

Sus quejas fueron escuchadas, y el 4 de septiembre de 1974 aparece en Gaceta Oficial un nuevo "parche" para el viejo Reglamento de Radiodifusión (1941): el Decreto 370, que dedica un 25 por ciento de la radiodifusión musical al "arpa, cuatro y maracas", lo cual, según Raúl Rendón, Director de Telecomunicaciones de la época, serviría para generalizar nuestro folklore y proteger a nuestros hijos de los excesos de la música foránea.

Este Decreto, como la totalidad de las disposiciones estatales para reglamentar las transmisiones radio-televisivas, desató la proverbial campaña empresarial. En este caso liderizada por la Cámara Venezolana de la Industria de la Radiodifusión, que logró la modificación del texto para hacerlo más "flexible", mediante otro Decreto, el 598 o 1 x 1, el cual establece que las estaciones de radiodifusión sonora están obligadas a incluir en sus programas musicales diarios un 50 por ciento, como mínimo, de música venezolana en sus distintas manifestaciones: folklórica, típica o popular (incluyendo en este último género todo tipo de música como rock, salsa y otras, producidas en el país).

Por supuesto nadie creyó (a excepción tal vez de los artistas) que las empresas acatarían la disposición, a pesar de que el Director de Telecomunicaciones del momento anunció una "estricta fiscalización de su cumplimiento con un equipo humano especial", el cual detectó desde el comienzo la violación sistemática del mismo. Lo que ha ocurrido durante once años, y todavía después de la actual decisión presidencial.

QUIEN NOS IMPONE LOS GUSTOS

Los argumentos que esgrimen los empresarios del medio para justificar el alto porcentaje de música extranjera en sus emisiones, (sobre todo del género rock, beat o disc-music, manifestaciones de la industria cultural norteamericana) es que es lo que está de moda, lo "pegajoso" y, por supuesto, lo que cautiva a la audiencia, en su mayoría juvenil.

Puede ser que algunas de estas razones tengan cierto peso, pero nos preguntamos ¿por qué la audiencia exige ese estilo?, ¿por qué nuestra juventud prefiere el rock y el disc-music a los géneros populares nuestros?

Nadie pone en duda hoy el poder de los medios masivos para imponer conductas, valores, modelos e ideales, y no se trata simplemente del impacto de un medio, de un programa, sino de la convergencia de un mensaje por radio, TV, prensa, cine, etc.; los medios se refuerzan mutuamente para conformar modelos estandarizados de conducta en cuanto a consumo, gusto musicales, modas, etc.

Los jóvenes, obviamente, son los más expuestos a esta compulsión: "hay que estar in", "ser clase aparte", "lo extranjero es chic, sobre todo si es de Miami", "lo nacional es balurdo", etc.

Se explota, hábilmente, la necesidad de los jóvenes de afirmarse como genera-

ción dentro de su medio creando su propia subcultura. Este afán sano de afirmación e independencia se pervierte para crear una generación sin otro objetivo que su propio narcisismo, ignorante y acríptico del mundo que lo rodea.

Crear adición por cierto género musical no es una tarea difícil. La concentración horizontal de los medios, fenómeno que se acelera en nuestro país, ha puesto en manos de pocos y poderosos grupos de empresas una multiplicidad de medios: radio, prensa, TV, disqueras, publicidad, etc.

El disco se impone en principio a través de la radio, y cuando gana la aceptación del público mediante la repetición cotidiana por el discjockey, lo refuerzan la TV, la publicidad y el cine.

Así se desbordan las ventas en la discoteca y se cumple todo un ciclo de fabulosa rentabilidad económica.

Zapatazos



CUADRO I
CUADRO COMPARATIVO DE LA POSICION ENTRE LAS CANCIONES
NACIONALES E INTERNACIONALES DEL RESUMEN DISCOGRAFICO
(1982)

Mes	Canciones Extranjeras		Canciones venezolanas		Venezolanas corte popular		Venezolanas corte típico	
		%		%		%		%
ENERO	11	73.33	4	26.66	3	20	1	6.66
FEBRERO	13	86.66	2	13.33	1	6.66	1	6.66
MARZO	12	80	3	20	1	6.66	2	13.33
ABRIL	10	66.66	5	33.33	4	26.66	1	6.66
MAYO	10	66.66	5	33.33	5	33.33	0	0
JUNIO	9	60	6	40	6	40	0	0
JULIO	7	46.66	8	53.33	8	53.33	0	0
AGOSTO	9	60	6	40	6	40	0	0
SEPTIEMBRE	8	53.55	7	46.66	6	40	1	6.66
OCTUBRE	4	26.66	11	73.33	9	60	2	13.33
NOVIEMBRE	4	26.66	11	73.33	7	46.66	4	26.66
DICIEMBRE	4	26.66	11	73.33	7	46.66	4	26.66

Fuente: Tomado de "El Folklore venezolano: con bautizo y sin padrino", trabajo de Licenciatura de Luis-N. Bermúdez y Rafael Núñez, UCV.

EL MENSAJE ES EL RITMO

Un recorrido en el dial, a cualquier hora del día, nos demuestra que la mayor parte de la programación de las 156 emisoras del país es música. De este panorama no se escapan ni las del Estado, y la audiencia se ha acostumbrado a utilizar la radio como compañero musical en el trabajo, lugar de estudio, hogar o carro por puesto. Los estilos de las emisoras varían para complacer a un público heterogéneo al que dedican aproximadamente el 60 de la programación diaria, excluyendo la publicidad.

De acuerdo al género musical predominante se pueden clasificar en tres tipos: de estilo juvenil que difunden principalmente música "beat", "rock", "disc-music", etc., entre ellas: Radio Caracas, Radio Capital, Radiodifusora Venezuela, Radio Ideal, etc. Las de estilo popular que difunden abundantes melodías y ritmos latinoamericanos y venezolanos de tipo popular como salsa, bolero, son, joropo, ballenatos y algo de música folklórica y las de carácter clásico: Radio Nacional en su Canal Clásico y la Emisora Cultural de Caracas que transmite en FM, cuyas emisiones están compuestas por un repertorio de autores consagrados en la historia mundial de la música (La Emisora Cultural tiene dentro de su programación autores consagrados de música popular y también música folklórica).

Sin embargo, si detallamos la programación musical de los dos primeros tipos de emisoras nos encontramos con que las producciones venezolanas sólo cubren el 20 por ciento de la emisión diaria, siendo el 80 por ciento restante extranjera con predominio de la anglosajona, sobre todo norteamericana, y en idioma inglés, hasta el punto que algunas emisoras de corte juvenil con 7 horas de transmisión musical, dedican a música anglosajona de 5 a 6 horas (ver cuadro).

Nos preguntamos si en realidad esa es la programación adecuada; la que gusta a la audiencia joven, pues sabemos que muchos de ellos, de nivel popular, prefieren el ritmo latino (salsa, son) al rock. También existe un número cada vez mayor de aficionados a la música clásica que antes se conceptuaba como fúnebre.

La mayoría de las emisoras violan el Decreto 598, mediante las grabaciones de artistas nacionales que interpretan música de autores extranjeros.

La verdad sea dicha, el Decreto tiene muchos boquetes por donde puede pasar con facilidad el contrabando musical. Gran parte de las emisoras lo burlan por distintas vías: incluyendo artistas nacionales como, por ejemplo, José Luis Rodríguez, cuyo compositor especial es el español Manuel Alejandro, o Mirla Castellanos, Marlene y otros que graban las producciones de Calderon o Perales; se utiliza también el recurso de horarios no comprendidos dentro de los estelares, en este caso se presentan bloques de música venezolana a las 6 de la mañana o después de las diez de la noche y, por último otra forma de burlarlo, es repetir una y otra vez a lo largo del día, para cumplir con el porcentaje, una composición venezolana.

La excusa común es que las disqueras no graban autores venezolanos como Luis Mariano Rivera o Pío Alvarado, porque no son rentables comercialmente.

En todo caso, el organismo encargado de controlar el cumplimiento de la normativa se limita a sancionar con multa las infracciones (cuatro mil bolívares) y a reconocer públicamente su incapacidad para aplicar otros correctivos. Las emisoras, por su parte, incluyen dentro de los costos de la programación la irrisoria sanción.

¿RESCATARA NUESTRA IDENTIDAD EL 598?

La preservación de la identidad nacional y de nuestros valores culturales con el fin de evitar, en la medida de lo posible, que se nos deforme y colonice con expresiones de culturas en crisis, fue, entre otros muchos justificados, uno de los argu-

mentos que el Presidente Lusinchi presentó en su carta pública a Peter Taffin, Presidente de la Cámara Venezolana de la Industria de la Radiodifusión, quien le solicitó una aplicación "algodonada" del 1 x 1.

CUADRO II

1974: Decreto Presidencial No. 598 (Carlos Andrés Pérez)

"Las estaciones de Radiodifusión Sonora quedan obligadas a incluir en sus programaciones musicales diarias un 50 por ciento, como mínimo, de música venezolana en sus distintas manifestaciones: folklóricas, típica o popular".

(Gaceta Oficial No. 30.680, 3 de Diciembre de 1974)

Obviamente, nosotros, compartimos ese criterio junto con artistas, autores, educadores, políticos, al igual que lo hacen muchos padres conscientes de las deformaciones derivadas de esas culturas en crisis. Creemos también que nadie puede convertirse en enemigo gratuito de la creatividad musical y del esnobismo vanguardista, pero tampoco tales criterios pueden ser las únicas directrices, sobre todo cuando lo que está en juego es la modelación de niños y adolescentes.

CUADRO III

1977: Un caso típico: Radio Caracas. Programación sobre 24 horas de transmisión.

1) Género musical: 66.40 por ciento del total	
	Porcentaje
— música venezolana	19
— música latinoamericana	3
— música extranjera	78
2) Género publicitario: 23.62 por ciento	
3) Otros: informativos, etc. 9.98 por ciento	

(Fuente: Ignacio Ibáñez, R. Comunicación, No. 32, p. 45, 1981)

Lo que si aseguramos es que esta simple medida, por lo demás fácil de burlar, no puede servir para contrarrestar el "mensaje-masaje" con el que a diario nos bombardean ciertas producciones profusamente difundidas por TV, cine y otros medios, que no sólo atentan contra nuestros valores culturales, menosprecian nuestras costumbres, afirman la dependencia cultural e intelectual, compelen al consumismo irracional, sino lo que es mucho más grave, contribuyen a la degeneración física y espiritual de nuestra juventud induciéndola subliminalmente al consumo de drogas. Desgraciadamente hasta los medios de comunicación del Estado están comprometidos en el atentado.

CUADRO IV

1985: El Presidente Lusinchi a la Cámara de Radio

- 1) "Como Jefe de Estado estoy obligado a velar por el cumplimiento de la ley y en este caso, son casi 11 años de violación continua de un decreto gubernamental perfectamente bien fundamentado y más que justificado".
- 2) "Estoy obligado a velar por la preservación de la identidad nacional y de nuestros valores culturales y evitar hasta donde sea posible, sin chauvinismos necios, que se nos deforme y colonice con expresiones alienantes de culturas en crisis".

(Fragmento de la carta, Miraflores 26 de octubre de 1985)



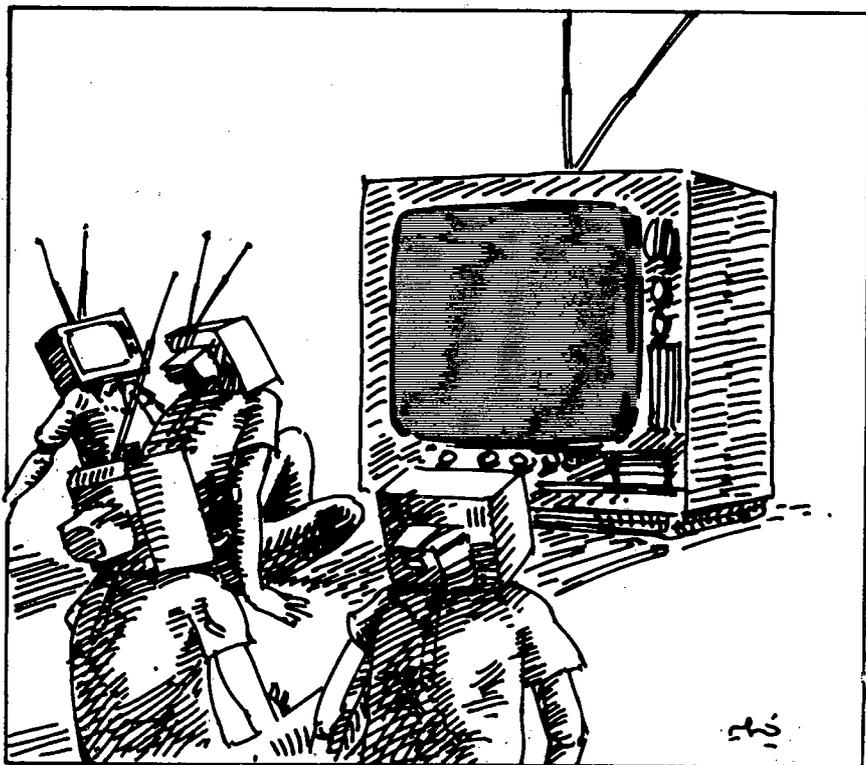
ADQUIERALO

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

ACULTURACION EN LA TELEVISION VENEZOLANA

MARCELINO BISBAL

Se calcula que un niño a la edad de trece o catorce años ha finalizado su formación en la llamada Escuela Básica. Es decir, apenas habrá pasado un poco más de 8.000 horas de su vida en la Escuela. Sin embargo, a esa edad, ese mismo niño habrá pasado ante el aparato de televisión unas 16.000 horas. Ese tiempo, a favor de la televisión, representa más o menos la sexta parte del tiempo total en la vida de esos niños.



La pequeña investigación que ofrecemos a nuestros lectores tiene sus antecedentes. No es la primera vez, tanto a nivel nacional como internacional, que se efectúan este tipo de mediciones para conocer la influencia de lo extranjero frente a lo nacional en un medio de difusión tan poderoso como lo es la televisión. Hasta las conclusiones finales, con muy pocas variantes, son más o menos coincidentes: evidente proceso de aculturación, con desmedro de los procesos de integración regional y nacionales tan importantes en nuestros tiempos, así como evidente pérdida de la identidad propia de los países como pueblos.

AMERICA LATINA VE EL MISMO PROGRAMA

En 1972 los investigadores filandeses Tapio Varis y Kaarle Nordenstreng efectúan un gran trabajo para la UNESCO y que se titula *Televisión Traffic: A one-way street? (¿Circula la Televisión en un sólo sentido? Examen y análisis de la circulación de los programas de televisión en el mundo.* Editorial de la UNESCO. Colección Estudios y Documentos de Comunicación Social No. 70) (1). En esa investigación los dos investigadores constatan, entre diversidad de otros datos, que un promedio de 52 por ciento de los programas de televisión en América Latina eran importados, en su gran mayoría de los Estados Unidos. Varias naciones, dice el Estudio, importaban desde un 10 hasta un 84 por ciento de sus programaciones.

En el Trabajo se consideraron siete países de nuestra Región, así como otros del resto del mundo (América del Norte, Europa Occidental, Europa Oriental, Asia y Oceanía, Oriente Próximo y Africa) para mostrarnos el panorama de programación televisiva de cincuenta países. Venezuela no fue incluida en el Estudio. Sin embargo las conclusiones a las que llegaron los autores son de gran importancia: —un tráfico programático en un sólo sentido desde los grandes países exportadores hacia el resto del mundo. Aquí predomina la distribución realizada por los Estados Unidos de Norteamérica con 150.000 horas, frente al Reino Unido y Francia con 20.000 horas y R.F. de Alemania con escasas 6.000 horas (Datos para 1970); —predominio de material de entretenimiento en el flujo. Los seriales (teleseries) y las películas de largo-metraje representaron cada una el 50 por ciento de las exportaciones evaluadas en dólares pero, al ser evaluadas en horas de transmisión, los porcentajes fueron del 70 y 30 respectivamente.

Estas conclusiones a nivel global, pero para América Latina la investigación nos indica que “la mayoría de los programas importados proceden de los Estados Unidos. Por término medio, cerca de un tercio del tiempo total de antena en los países de América Latina se compone de programas estadounidenses (...) La programación de Europa Occidental son muy raros y en ningún caso alcanzan una media superior al 3 por ciento del tiempo total de antena. Los programas de los países socialistas o de los países del Tercer Mundo muy rara vez son difundidos (...)” (2).

Otro Estudio, llevado a cabo en América Latina en 1970, por el uruguayo Mario Kaplún a nombre de UNDA/AL (3), que comprendió 15 países, 17 ciudades y 51 canales durante el análisis de una semana, nos evidenció que la gran mayoría de la programación es de origen norteamericana. Las cifras globales, siguiendo con la procedencia de la programación, dio estos resultados: Estados Unidos, 31,4 por ciento; Europa Occidental, 3 por ciento; América Latina, 9 por ciento; Local, 50,8 por ciento; otros, 0,4 por ciento y Combinados (Programación Extranjera con Local y/o de América Latina), 5,4 por ciento. Como vemos la participación de Europa Occidental es mínima (3 por ciento apenas) y la de los países del Tercer Mundo y socialistas es casi inexistente. La programación de procedencia norteamericana estuvo compuesta de teleseries, dibujos animados y largometrajes. Y en

cuanto a la producción latinoamericana, ella correspondió fundamentalmente a películas cinematográficas (argentinas y mexicanas) y las telenovelas.

Acercondonos a las postrimerías de la década de los ochenta, en 1977, el investigador Alvaro Barros Lémex publica un trabajo sobre *La Televisión en América Latina* (4). Allí nos encontramos con el análisis del medio en nueve países: cuatro latinoamericanos (Venezuela, Chile, Colombia y Argentina); cuatro de la Europa Occidental (Italia, RFA, Francia y España) y Estados Unidos. El estudio en cuestión abarcó una semana en cada caso y los resultados, en cuanto a la programación nacional e importada, fueron como sigue:

Programación (Origen)	USA	Italia	RFA	Francia	España	Vzla.	Chile	Clbia.	Arg.
Nacional	97.1	85.6	85.6	88.3	83.3	35.8	39.6	63.6	51.4
Importada	2.9	14.4	14.4	11.7	16.7	64.2	60.4	36.4	48.6

Nota: — El autor nos indica que para estos datos no se ha contado con la información internacional extranjera transmitida en los noticieros. Nos dice, que este hecho aumentaría los porcentajes correspondientes;

- Los porcentajes fueron calculados en base al Número de Programas transmitidos por los canales de las ciudades principales de cada uno de los países considerados en la investigación.

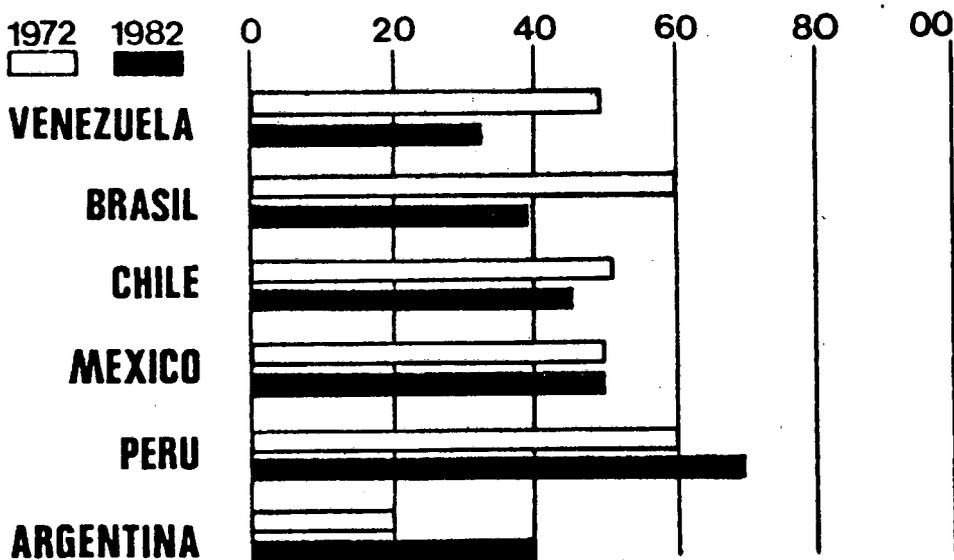
Las conclusiones resaltan a la vista. En el caso de los cuatro países latinoamericanos, ellos son los de más alto porcentaje de importación y nuestro país es el que dedica mayor porcentaje a la programación foránea (64.2 por ciento). La predominancia por el tipo de programación es constante a los obtenidos por las otras investigaciones: teleseries, cartones animados y largo-metrajés de origen norteamericano. En otros cuadros ofrecidos por la investigación, se aprecia que los cuatro países latinoamericanos casi triplica a los europeos en cantidad de teleseries USA.

Finalmente, ahora sí en esta década —1982—, los investigadores Livia Antola y Everett M. Rogers nos entregan nuevos datos para la Región aparecidos en su ensayo *Televisión en América Latina* (5). El Estudio en cuestión consideró seis países del continente (Venezuela, Brasil, Chile, México, Perú y Argentina) y él mismo se centró en el intento de dar respuesta a varias interrogantes (cuatro en total), de las cuales para los fines del trabajo nos interesan resaltar los dos primeros:

1.- ¿Cómo ha cambiado la dirección de los flujos de programas de televisión en los últimos diez años? La investigación comparó los datos de Varis y Nordenstreng con los obtenidos por la misma investigación (Ver Cuadro). La tendencia, como dicen los autores, es a producir más y a importar menos. Las seis naciones bajaron sus importaciones en un 29 por ciento. Sin embargo, Estados Unidos sigue siendo el mayor exportador con teleseries, cartones animados y largometrajés. En el tiempo considerado por la investigación, Japón se ha introducido con dibujos animados y ha establecido fuerte competencia con Estados Unidos. La misma América Latina se ha convertido en un importante exportador de programación bajo la forma de telenovelas: Brasil y México en mayor escala y Venezuela, Puerto Rico y Argentina en segundo lugar.

2.- ¿Cómo fluyen los programas de televisión desde Estados Unidos hacia América Latina? La dirección sigue siendo unidireccional según los autores (Ver

Cuadro). La forma sigue siendo la tradicional, ejecutivos de la televisión de América Latina asisten a sesiones largas en los centros distribuidores de las grandes cadenas televisivas norteamericanas y allí compran las programaciones en forma individual o en "paquetes".



Porcentaje de Programas de TV. importados (en horas de transmisión) en 1973 y 1982 para seis Países Latinoamericanos.

Fuente: Livia Antola y Everett Rogers. Revista CHASQUI No. 9, enero-marzo 1984.

En la misma Revista CHASQUI (6), donde se encuentra publicado el Estudio antes mencionado, aparece una entrevista a Tapio Varis en donde se apuntan algunos aspectos importantes en relación a su investigación de 1972. Esta se compara con un Estudio de seguimiento —diez años más tarde— actual. En esa entrevista se pueden extraer algunas conclusiones comparativas acerca del tráfico o flujos internacionales entre la tendencia arrojada por su Estudio en 1972 y la tendencia en 1983:

1.- "En una perspectiva global, nos apunta el investigador, el promedio de programas importados sigue el mismo patrón. En consecuencia, no se han producido cambios evidentes en la cantidad de programas extranjeros.

2.- La diferencia entre las horas de mayor audiencia y el tiempo total no es muy grande, salvo en América Latina, donde la programación extranjera tiende a dominar más en las horas de mayor audiencia. Hay que mencionar las excepciones de Cuba y Brasil.

3.- En América Latina la categoría de programas de entretenimiento domina en todos los países analizados en este Estudio: aproximadamente la mitad del tiempo total de transmisión está dedicado al entretenimiento, a excepción de Cuba, donde esta cifra representa una tercera parte. La mayoría del material importado aparece en esta categoría. En general, la porción de programas importados corresponde a la mitad del tiempo total de transmisión, con una cifra un poco más alta durante las horas de mayor sintonía. Las fuentes de programas extranjeras en los países latinoamericanos son las siguientes: Estados Unidos (junto con producción de las corporaciones multinacionales) domina con 3/4 partes del material importado. Los programas de los propios países latinoamericanos representan un 12 por ciento del material importado. Los programas de Europa Occidental representan un bajo porcentaje del total de material importado.

4.- "Este Estudio de 1983 confirma que no se han producido cambios relevantes en el flujo internacional de programas de televisión y noticias desde 1973. Sin embargo, parece haber una tendencia hacia una mayor cantidad de intercambios regionales junto con el predominio tradicional de pocos países exportadores. Es este desarrollo regional el que merece ser investigado más profundamente".

¿Y las inversiones? ¿Cuánto gasta América Latina en comprar programas a la televisión norteamericana? Según el trabajo del mismo Tapio Varis y K. Nordenstreng (1972), las más importantes empresas de televisión norteamericana distribuyen en América Latina un tercio de sus ventas totales al exterior. El periodista Fernando Mas (Revista VISION, 1969) nos indica que la Región de América Latina gastaba anualmente 80 millones de dólares destinados a la compra de teleseries y cartoons animados de origen norteamericano. Son simples cifras aproximadas. Hoy, década de los ochenta, estas ganancias deben haber aumentado considerablemente no sólo por el incremento del número de receptores de televisión (alrededor de un 40 por ciento en América Latina. Según el BBC Handbook de 1972, este continente tenía 16.8 millones de receptores con 77.5 millones de telespectadores. Para 1983 habíamos pasado a 23.5 millones de receptores), sino también por el aumento en los últimos años de la programación importada y preferentemente originaria de los Estados Unidos. Y aunque las exportaciones de programas de televisión de Estados Unidos hacia América Latina apenas representen en estos momentos tan sólo un 5 por ciento de sus ventas totales, las mismas producen puras ganancias.

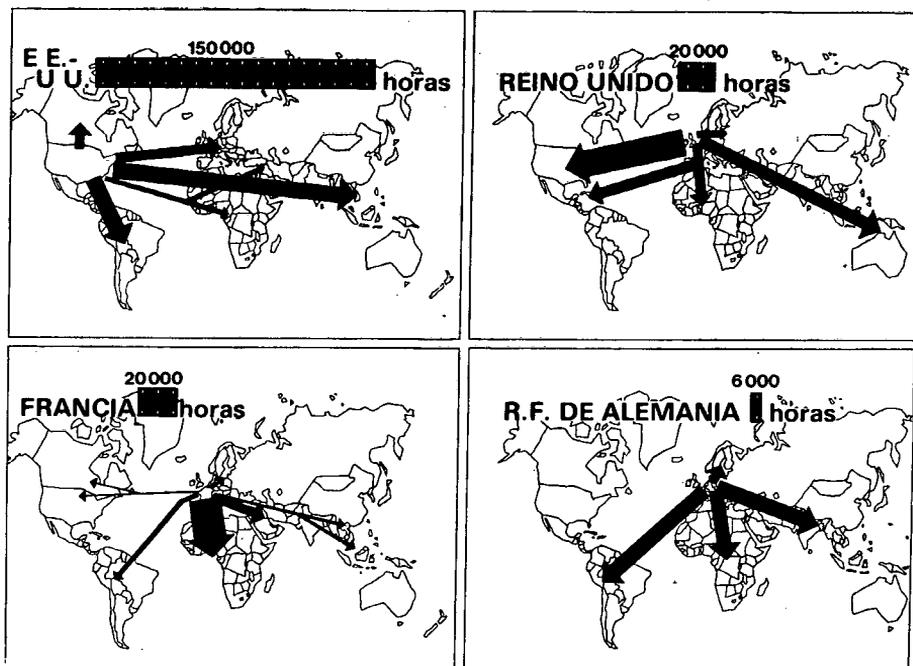
Esta es hoy, más o menos, la situación de nuestro continente en lo que respecta a la programación televisiva en su relación de "extranjero" vs. lo "nacional". Las diferencias son muy pocas como hemos podido observar. La problemática, con ciertas diferencias locales, es semejante. Con razón, un antiguo oficial de la Agencia de Información de los Estados Unidos, Wilson P. Dizard, había declarado primero para la Revista *Television Quarterly* (Vol. III, No. 3, 1964; pág. 58) y luego para el Congreso No. 90 de Comunicaciones Modernas y Política Exterior (1967) lo siguiente respectivamente (7):

"Los productos norteamericanos para la televisión, guste o no, están dando la tónica de la programación de televisión en el mundo entero más o menos de la misma manera que lo hizo Hollywood con respecto a las películas hace cuarenta años. Estados Unidos en este momento lleva la delantera a todos los países en exportaciones de programas... Hasta hace pocos años las ventas al exterior eran una fuente de beneficio aleatorios complementarios de los ingresos procedentes de los mercados nacionales... Hoy, las ventas en ultramar corresponden al 60 por ciento de todas las actividades del negocio de los telefilmes de Estados Unidos, y representan la diferencia entre los beneficios y las pérdidas de la industria entera".

"La cantidad de exportaciones (de programas comerciales de televisión), que se

acerca a los 100 millones de dólares, es tal que la pantalla de televisión se está convirtiendo en el principal ejemplo del modelo norteamericano para millones de personas en el extranjero”.

ESQUEMA DE LA DISTRIBUCION REALIZADA POR LOS PRINCIPALES PAISES EXPORTADORES DE PROGRAMAS DESPUES DE 1970 (Al total estimado de las exportaciones anuales de cada país, indicado en la fig., se le han asignado un “índice volumen” uniforme de 100 por ciento; la anchura de las flechas es proporcional a las respectivas partes del flujo total de la exportación)



Fuente: Tapio Varis y Kaarle Nordensteng. Estudios y Documentos de Comunicación Social No. 70. UNESCO 1976.

LOS VENEZOLANOS TAMBIEN VEMOS LOS MISMOS PROGRAMAS

Una investigación pionera en Venezuela, como fue la de Antonio Pasquali (1967) y dedicada al análisis de la programación en general y su procedencia, nos indica los siguientes resultados (8):

– Para 1967 el Canal Dos de un total de programación de 14 horas (h) 03 minutos (min) 30 segundos (seg) diario transmitía 5 h. 39 min. 99 seg. de telecine y dibujos animados (programación extranjera) que conformaba el 40.26 por ciento; 4 h. 46 min. 15 seg. de publicidad, que representaba el 33.94 por ciento y tan sólo el 25.80 por ciento estaba destinado a programación nacional (3 h. 37 min. 40 seg.).

– Mientras que el Canal Cuatro, para un total de transmisión de 10 h. 45 min. 00 seg., nos ofrecía 5 h. 43 min. 55 seg. de telecine y dibujos animados (programa-

ción extranjera), los cuales representan el 53.32 por ciento de la programación diaria total. La publicidad ocupaba 3 h. 33 min. 35 seg. (el 33.12 por ciento) y la programación de origen nacional apenas llenaba 1 h. 27 min. 36 seg., es decir el 13.56 por ciento de la programación total.

— Por su parte el Canal Ocho (propiedad del sector privado en ese momento. El Estado venezolano se hace cargo del Canal Ocho entre 1975-1976) nos arrojaba los siguientes resultados: 6 h. 47 min. 15 seg. de programación extranjera con un 56.99 por ciento; 2 h. 06 min. 15 seg. de publicidad (17.67 por ciento) y sólo el 25.34 por ciento corresponde a la programación nacional (3 h. 01 min. 00 seg.). De un total de programación de 11 h. 54. min. 30 seg.

Un Estudio realizado en el año de 1974 por los venezolanos Alfredo Keller y María M. Marcano (9) nos indican que el Canal Dos tenía en ese entonces el 51.14 por ciento de programas de producción nacional; el 46.14 por ciento de programas extranjeros y el 2.72 por ciento de programación mixta (producción nacional y extranjera). Por su parte, el Canal Cuatro (Venevisión) arrojaba los siguientes resultados: el 56.92 por ciento estaba representado por programas de producción extranjera y el resto (43.08 por ciento) por programas de producción nacional. En cuanto al Canal Ocho, que en ese momento era adquirido por el Estado venezolano, encontramos que en lo que respecta al origen de la programación, el 59.91 por ciento era de origen extranjero, el 37.86 por ciento de origen nacional y el 2.23 por ciento de programación mixta.

En ese mismo año, el ININCO (Instituto de Investigaciones de Comunicación de la Universidad Central de Venezuela) efectuaba también un trabajo acerca del contenido de programas y su procedencia dentro de la televisión venezolana (10). Sus resultados fueron como siguen:

CANAL DOS

- Programación Extranjera: 41 por ciento
- Programación Nacional: 20.45 por ciento
- Publicidad: 38.42 por ciento

CANAL CUATRO

- Programación Extranjera: 32.20 por ciento
- Programación Nacional: 29.82 por ciento
- Publicidad: 35.75 por ciento

Las sociólogas María Alcira Abuchaibe y Elizabeth Cedillo Reques (1976) en un análisis de una semana de programación general, nos proporcionan los siguientes resultados (11):

TELEVISION VENEZOLANA—PROGRAMACION SEMANAL

	NACIONAL	EXTRANJERA	TOTAL
Horas Semanales	140	213	353
%	39.66	60.34	100

Podemos apreciar que estos resultados son muy semejantes, inapreciable la variación, casi coincidentes, con los encontrados por Alvaro Barros Lómeiz (1977) para el caso de Venezuela: 35.8 por ciento de programación nacional y 64.2 por cien-

to de programación extranjera. Se nota un pequeño incremento en la programación foránea con respecto a esta investigación de 1976: + 3.86 por ciento.

Y en relación a Venevisión particularmente, allí centran su Estudio, para 1976 transmitía durante la semana del análisis, 111 horas 30 minutos, correspondientes al 31.73 por ciento de la programación total. La planta presentó alrededor de 15 horas diarias de programas, con un incremento de 4 h. 25 min. con respecto a los datos arrojados por Pasquali. En cuanto al origen de la programación que transmitía Canal Cuatro (Venevisión), los resultados obtenidos por dicha investigación fueron:

ORIGEN	Fr. semanal h.	%
Nacionales	31	27.80
Extranjeros	80.5	72.20
TOTAL	111.5	100.00

Ya vimos, por los resultados arrojados en el Estudio de Antonio Pasquali, que la mayoría de programación de la televisión venezolana es de origen extranjero, es decir el 50.19 por ciento. Este porcentaje en apenas diez años (1967-1977), se aumentó al 60.34 por ciento de programación extranjera (+ 10.15 por ciento), y Venevisión supera este porcentaje hasta el 72.20 por ciento en 1977 (+ 18.88 por ciento). En cuanto a los países de origen de los programas extranjeros se encontró que de un total de 111 horas 50 min. de programación del Canal Cuatro, 63 h. (el 56.5 por ciento) provenían de Estados Unidos y tan sólo 17 h. 50 min. de procedencia latinoamericana (apenas el 15.70 por ciento).

A raíz de la aparición de una serie de Normas Jurídicas durante la década de los ochenta: — Decreto 620 (Reglamento para las Transmisiones por las Estaciones de Radiodifusión (22 de mayo de 1980); — su respectiva Resolución No. 500 (del 29 de mayo del mismo año); — la posterior derogación de esta Resolución por la No. 577 (agosto de 1980), la cual estuvo en vigencia hasta diciembre de 1982 y — la también derogación de la Resolución 577 hasta entrar en vigencia la Resolución No. 1029 (1 de enero de 1983), se dieron dos investigaciones casi simultáneas para predecir el nivel de cumplimiento del Decreto 620 y la Resolución 1029 que contempla o prevee una clasificación de los programas en base a su nacionalidad u origen de programación (12).

La primera de estas investigaciones fue llevada a cabo por los profesores Rubén García Navarro y Lenín Molina Peñaloza (13) de la Escuela de Comunicación Social de la UCV. Escogieron una muestra de siete días de transmisión (entre el 11 y el 17 de julio de 1983) y sus resultados, en relación al origen de la programación, fueron los siguientes:

— El Canal Dos transmitió 17 h. 48 min. y 17 seg. diarios, con un total de 42 programas con 98 emisiones semanales, espacios publicitarios, promoción de programas y otros espacios. RCTV (Radio Caracas Televisión) transmitió 15 programas de producción nacional y 27 de origen extranjero. Las emisiones de estos últimos ocupó más del 50 por ciento del total transmitido, y casi en su totalidad son de origen norteamericano.

— El Canal Cuatro, por su parte, transmitió 53 programas en 108 emisiones semanales y con un promedio de transmisión diaria de 18 h. 38 min. De este total

de programas 14 son de origen nacional y 39 enlatados o de origen extranjero (norteamericanos casi todos, en segundo lugar japoneses en lo que se refiere a cartones animados, uno brasileño y otro español). Así, 68 emisiones son de origen foráneo y 40 de producción nacional.

— La televisión oficial, el Canal Ocho en su primer programa (Venezolana de Televisión, VTV) nos ofreció 49 programas en 87 emisiones semanales, con un promedio de 13 h. y 29 min. de transmisión. Del total de programas transmitidos en ese tiempo, 22 fueron de origen nacional y 27 extranjeros. El número de emisiones de estos últimos es inferior al 50 por ciento del tiempo de transmisión efectiva del canal. De esta forma, las 56 emisiones de los programas nacionales superan el espacio ocupado por los 27 extranjeros en 31 emisiones. La mayoría de los programas extranjeros son de origen norteamericano también.

A los seis meses siguientes, en abril de 1984, se presenta otra investigación tomando como base la semana del 8 al 14 de abril de ese año (14). En esta nueva investigación se registraron un total de 448 emisiones de programas, para un tiempo total de programación de 424 h. y 50 min. Los objetivos del estudio fueron los mismos que el anterior: medir el grado de cumplimiento del Decreto 620 y la Resolución 1029. Desde la perspectiva del siguiente trabajo, al igual que en el anterior, nos interesa solamente aquellas cifras referidas al origen de la programación. Así tenemos:

FRECUENCIA DE LA EMISION DE LA PRODUCCION NACIONAL Y EXTRANJERA EN LOS CANALES DE TV. 2, 4, 8 y 5 EN LA SEMANA DEL 8 AL 14 DE ABRIL DE 1984

PROD.	RCTV - 2		V.V. - 4		VTV - 8		TVN - 5		TOTAL	
	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%
Nacional	58	41	39	41	46	44	43	44	186	42
Extranjera	85	59	57	59	59	56	61	56	262	58
TOTAL	143	100	96	100	105	100	104	100	448	100

— Los porcentajes fueron redondeados.

DURACION DE LA EMISION DE LA PRODUCCION NACIONAL Y EXTRANJERA EN LOS CANALES DE TV. 2, 4, 8, Y 5 EN LA SEMANA DEL 8 AL 14 DE ABRIL DE 1984

PROD.	R.C.T.V. - 2			V.V. - 4			V.T.V. - 8			T.V.N. - 5			TOTAL		
	hor.	min.	%	hor.	min.	%	hor.	min.	%	hor.	min.	%	hor.	min.	%
Nacional	61	00	47	65	20	49	38	30	40	27	00	40	191	50	45
Extranjera	68	30	53	67	00	51	57	00	60	40	30	60	233	00	55
TOTAL	129	30	100	122	20	100	95	30	100	67	30	100	424	50	100

— Los porcentajes fueron redondeados

Los datos hablan por sí solos. Los programas de origen nacional tuvieron 186 emisiones (191 horas 50 min.; 45 por ciento del tiempo total), lo que representó el 42 por ciento sobre el total de emisiones. Mientras que la programación extranjera tuvo 262 emisiones (58 por ciento) con un tiempo de transmisión de 233 horas (55 por ciento).

De tal forma que vemos, según estas dos investigaciones, que una Resolución como la 1029 que pareciera fue promulgada, según nos dice Alejandro Fuenmayor Espina en su trabajo *Régimen Jurídico de la Radio y la Televisión*, "con un espíritu de identidad nacional tendiente a frenar la transculturación proveniente de las grandes potencias extranjeras, fundamentalmente los Estados Unidos de Norteamérica; al mismo tiempo persigue como fin el desarrollo de la producción nacional técnica y artística para así aumentar la fuerza de trabajo manual e intelectual del talento nacional en el campo de la televisión" (15); en la práctica ha resultado todo lo contrario, ya que tal como se demuestra en esas dos investigaciones, se viola el Art. 19 de la Resolución 1029 que establece que las plantas de televisión deben transmitir semanalmente un 50 por ciento como mínimo de producción nacional. Igualmente se incumple con el Art. 20 de la misma Resolución que establece como obligatorio la transmisión de lunes a viernes de no menos de 30 minutos diarios de programas de producción nacional dedicados especialmente a los niños, en el horario comprendido entre las cuatro y las seis de la tarde. Con respecto al Art. 21 todas las plantas comerciales lo violan ya que este Artículo señala que las plantas deben emitir en el espacio comprendido entre las seis y nueve de la noche una hora de lunes a viernes de programas especiales dedicados a la atención de menores de dieciocho años cuya producción sea de origen nacional.

CUANDO TODO SIGUE IGUAL, O LA PROGRAMACION SE REPITE

Este es el mejor intertítulo que hemos hallado para decir que *todo sigue igual!* La televisión venezolana no ha cambiado mucho, al menos en los que respecta al origen de la programación. En esta oportunidad pretendemos ofrecer información a través de un análisis reciente: hemos tomado seis días al azar comprendidos entre la última semana del mes de enero y la primera del mes de febrero de 1986.

A través de la lectura del Cuadro: *Distribución de la Programación Nacional y Extranjera en los Canales 2, 4 y 8*, podemos apreciar que la programación que nos ofrece nuestra televisión es netamente foránea, al menos en lo sustancial de ella. Existe una dominación de este tipo de transmisión: 246 programas (64.1 por ciento) para un tiempo de emisión de 192 h. 5 min. 14 seg. (55.1 por ciento). Esto sin entrar a analizar lo cualitativo de este estilo de programación: ¿qué valores se transmiten?, ¿en qué grado esa programación está contribuyendo a los procesos de cultura que necesita nuestro país?, ¿qué imagen de imágenes se transmite en relación a la sociedad, al individuo, a los países hermanos o no hermanos...?, ¿qué tipo de experiencias nos transmiten esos programas?, ¿qué relación tienen esos contenidos programáticos con los valores educativos que nuestro sistema educativo y/o escolar desea proyectar?, ¿qué grado de prejuicios y estereotipación, en relación a diversos tópicos y la sociedad, nos proporcionan esos programas?

En fin, demasiadas interrogantes para contestar en este trabajo y que además, por cierto, ya están más que respondidas en diversidad de investigaciones que se han llevado a cabo tanto en nuestro país como fuera (16). Hasta los funcionarios públicos de nuestro país y de fuera se han quejado de la misma situación. Por ejemplo, en el texto editado por la UNESCO: *Estadísticas Culturales y Desarrollo Cultural* (1982) (17) encontramos parte del discurso del Ministro de la Cultura del gobierno

del Presidente Françoise Miterrand, Jack Lang, quien dijera: "Tengo ante mis ojos unas estadísticas que describen los programas de televisión en cada uno de nuestros países. Se observa que la mayoría de las programaciones están aseguradas por esas producciones estandarizadas, estereotipadas, que naturalmente arrasan con las culturas nacionales (sub. nuestro) y llevan un modo de vida uniformada, que se quiere imponer a todo el planeta. En el fondo se trata de una modalidad de intervención en los asuntos internos de los Estados y más grave aún en las condiciones de los ciudadanos de esas regiones. Este "imperialismo-financiero-intelectual", ya no se apropia los territorios o raramente se apropia las conciencias, los modos de pensar, se apropia los modos de vivir". (18).

Siguiendo con el cuadro, vemos ahora que la programación nacional apenas alcanza a 138 programas (35.9 por ciento) para un total de transmisión en los días de la muestra de 86 h. 53 min. 35 seg. (24.8 por ciento). La diferencia es demasiado grande como para no ser tomada en consideración. ¿Y qué es lo que predomina en este tipo de programación?. Los informativos, nada extraordinarios, la furia por los programas matutinos en donde encontramos de todo: política, entrevistas, variedades, música, cocina y... nada tampoco del otro mundo; las telenovelas, ahora con la idea de copiar a las grandes series norteamericanas pero hechas en casa; alguno que otro programa de concurso y entretenimiento; los programas de humor, salpicados de humor político o de humor también al estilo norteamericano y, finalmente, de pronto aparecieron los shows con humor del malo, artistas, concursos para reirse de las desgracias de la gente y paremos de contar. Nuestra televisión, a pesar de estar madura, de contar con productores valiosos y gente joven deseosa, quizás, de hacer cosas buenas y originales, se conforman con la inercia y la rutina de lo "más fácil" por aquello del concepto de productividad o de la maximización mercantil. ¡Poco respeto por nuestro pueblo!

Aunque no era el objetivo del trabajo, hemos considerado también a la publicidad. Ese "alimento" que mueve todo el engranaje de la industria televisiva. A manera de indicador, apuntemos que según datos de la empresa Advertising Data Check (19) para 1984 la inversión total de publicidad en los medios fue de 2.839.964 de bolívares y solamente la televisión se llevó el 62.8 por ciento seguida por la prensa con el 27.6 por ciento. Para ese entonces los productos de belleza, comestibles, entidades económicas y productos de higiene y limpieza fueron los que más publicitaron. La misma empresa nos informa que en 1985 la inversión fue "record" con 3.963 millones de bolívares, en sólo cuatro medios de difusión —TV, diarios, revistas, radio— y la televisión fue el medio que reportó mayor facturación bruta (66 por ciento) (20).

En este renglón de la publicidad hay que considerar un aspecto singular. La concentración de capitales en pocas manos es cada vez más evidente en nuestros medios de producción incluyendo por supuesto a los medios de difusión. Así por ejemplo, en un día (25 de enero de 1986) de análisis del Canal Cuatro (Venevisión) —perteneciente a la Organización Diego Cisneros (ODC)— pudimos encontrar la promoción de diversidad de productos pertenecientes al mismo Grupo Cisneros. Veamos:

- CADA: 12 veces (5 veces en la mañana-m-; 4 en la tarde-t- y 3 noche-n-)
- SonoRodven: 20 veces (6 t, 14 n)
- MAXY'S: 20 veces (6 m, 5 t, 9 n).
- Tío Rico: 9 veces (3 m, 4 t, 2 n).
- B. King: 7 veces (3 m, 3 t, 1 n).
- Puro Pam: 3 veces (1 m, 2 t).
- Fundación Cultural Venevisión: 9 veces (3 m, 6 t)

El caso de Venevisión es único dentro de nuestra estructura comunicacional. No solamente porque sea la planta que tenga mayor porcentaje de programación extranjera y de origen norteamericano, sino porque un porcentaje muy elevado de la publicidad que ella transmite, aproximadamente el 56.89 por ciento (en un día de semana el Canal Cuatro transmite como promedio 212 comerciales, de los cuales 132 son de la ODC) son productos pertenecientes a empresas de la Organización Diego Cisneros.

VER ES CREER

En 1961, el entonces Presidente de la Comisión Federal de Comunicaciones del Gobierno de los Estados Unidos, Newton N. Minow, dirigiéndose a un grupo de miembros de la National Association of Broadcaster les decía: "Cuando la televisión es buena, nada —ni el teatro, ni las revistas, ni los periódicos—, nada es mejor. Pero cuando la televisión es mala (sub. nuestro), tampoco hay nada peor. Invito a ustedes a tomar asiento frente a su televisor cuando su estación empieza a transmitir, y quedarse allí .. hasta que la estación se despida. Puedo asegurarles que se encontrarán frente a un vasto yermo.

Verán una porción de programas a base de juegos; de videncia; de programas a base de la participación del público asistente; comedias inanes sobre familias perfectamente absurdos; sangre y truenos; mutilaciones criminales; sadismo; asesinatos; vaqueros buenos y malos; detectives privados, pandilleros; más violencia y dibujos animados. Y un desfile sin fin de "comerciales": algunos escandalosos, zalameros, ofensivos. Pero, sobre todo, aburrimiento. Ciertamente es que algo verá que los divierta; pero ello será poco, muy poco". (21).

Diversidad de citas podemos sacar a relucir y la mayoría de ellas, así como nuestros propios argumentos, darán cuenta de los que realmente nos ofrece la televisión venezolana. Y aunque parezca ya un lugar común, hay que decir que nuestra televisión es una copia al carbón, con muy pocas variantes, de lo que la televisión norteamericana nos ha venido indicando qué debe ser y cómo debe ser. De ahí, la aseveración de que si Usted ve un canal, es como si los hubiera visto todos. Igual podemos decir con respecto a la programación:

— CANAL CUATRO

- * **Número de días analizados:** 6 días
- * **Tiempo total de programación:** 120 horas, 53 minutos, 28 segundos. El tiempo promedio de programación (\bar{X} de programación): 20 h. 9 min. 5 seg.
- * **Número de Programas Transmitidos:** 123 programas. El número promedio de programas transmitidos (\bar{X} de programas transmitidos): 21 programas.
- * **Emissiones Extranjeras:** 83 (67 h. 44 min. 01 seg.; el 65 por ciento sobre el total de tiempo de programación) programas (67.5 por ciento sobre el total de programas transmitidos. El número promedio de programas extranjeros (\bar{X} de programas extranjeros): 14.
- * **Emissiones Nacionales:** 40 (31 h. 15 min. 50 seg.; el 25.85 por ciento sobre el total de tiempo de programación) programas (32.5 por ciento sobre el total de programas transmitidos). El número promedio de programas nacionales transmitidos (\bar{X} de programas nacionales): 7.
- * **Pautas Publicitarias:** 1.169 anuncios (23 h. 03 min. 37 seg.; el 19.4 por ciento) El promedio de anuncios (\bar{X} de publicidad) fue de 195.
- * **Origen de la Programación Extranjera:** Esta se distribuyó así:

- Estados Unidos: 71 programas (85.5 por ciento): teleseries, cartones.
- Europa Occidental: 2 programas (2.4 por ciento). Películas de largometraje.
- América Latina: 8 programas (9.6 por ciento): Telenovelas fundamentalmente y algún largometraje.
- Asia: 2(2.4 por ciento): Cartones animados fundamentalmente.

Dentro de esta programación predominan, como hemos visto, las teleseries, los cartones animados y las películas de largometraje. En cuanto a la programación de telenovelas, Brasil y México son los países que proporcionan este estilo de programación. En los días de la muestra, la programación extranjera fue como sigue:

1.- Teleseries: "Miami Vice", "Simón & Simón", "Batman", "Show de Lucy", "3 son Multitud", "T.J. Hooker", "Profesión Peligro", "Falcón Crest", "Dinastía", "El Precio del Deber", "Manimal", "Los de Arriba y los de Abajo", "Chips, Patrulla Motorizada", "Hulk, el Hombre Increíble", "Relámpago Azul", "El Sabor del Peligro", "La Isla de la Fantasía".

2.- Cartones Animados: "Iron Man", "Mazinger Z", "He-Man", "Tom y Jerry", "Bugs Bunny", "Los Super-Amigos", "El Corre Caminos" y diversas tiras cómicas bajo el nombre de "Alegre Despertar".

3.- Telenovelas: "Dancing Days" (Brasil) y "Los años pasan" (México)

4.- Largometrajes: Todas las películas, en su mayoría, son de origen norteamericano. Ellas se presentan a través de los espacios "Cine Millonario", "Tardes Dominicales", "Cine de las Estrellas" y "Punto de Encuentro".

— CANAL DOS

- * Número de días analizados: 6 días
- * Tiempo total de programación: 104 horas, 22 minutos y 58 segundos. El tiempo promedio de programación (\bar{X} de programación): 17 h. 33 min.
- * Número de Programas Transmitidos: 113 programas. El Número promedio de programas transmitidos (\bar{X} de programas transmitidos): 19 programas.
- * Emisiones Extranjeras: 73 (60 h. 36 min. 13 seg. (57.9 por ciento sobre el total de tiempo de programación) programas (64.60 por ciento sobre el total de programas transmitidos). El Número promedio de programas extranjeros (\bar{X} de programas extranjeros): 12.
- * Emisiones Nacionales: 40 (19 h. 16 min. 45 seg.; el 18.4 por ciento sobre el total de tiempo de programación) 35.40 por ciento sobre el total de programas transmitidos). El Número promedio de programas nacionales transmitidos (\bar{X} de programas nacionales): 7.
- * Pautas Publicitarias: 1.110 anuncios (24 h. 30 min; el 23.3 por ciento). El promedio de anuncios (\bar{X} de publicidad) fue de 281.
- * Origen de la Programación Extranjera: Esta se distribuyó así:
 - Estados Unidos: 64 programas (87.7 por ciento): Teleseries, Cartones Animados y Largo-Metrajes.
 - Europa Occidental: 3 programas (4.1 por ciento): Películas de largometraje
 - Asia: 1 programa (1.4 por ciento): Cartones Animados y Teleserie.
 - América Latina: 5 programas (6.8 por ciento): Telenovelas.

Al igual que en el Canal Cuatro, la programación extranjera es la dominante, aunque en menor porcentaje. Pero las teleseries, los dibujos animados y los largometrajes siguen estando presentes como los más promocionados y los que mayor frecuencia de emisión y audición tienen. En los días de la muestra la programación

extranjera fue como sigue:

1.- Teleseries: "Días Felices", "El Hombre de la Atlántida", "Los Harts Investigadores", "Los Duques del Peligro", "La Mujer Biónica", "La Familia Monster", "Los Tres Chiflados", "Super Agente 86", "Matt Houston", "Shazzan".

2.- Cartones Animados: "Tiro Loco", "Mandibulín", "Osos Revoltosos", "Pulgarcito, detective privado", "Peline", "Scooby Doo", "Los defensores interplanetarios", "La pantera Rosa".

3.- Largo-Metrajés: Se trata de películas, en su mayoría de origen estadounidense, que se ofrecen dentro de los espacios denominados: "La Hora del Suspenso", "Cine de Gala", "Cine", "Señor Cine", "Cine de los Duros".

— CANAL OCHO

* Número de días analizados: 6 días

* Tiempo total de programación: 119 horas, 44 minutos. El tiempo promedio de programación (\bar{X} de programación): 19 h. 7 min.

* Número de programas transmitidos: 148 programas. El número promedio de programas transmitidos (\bar{X} de programas transmitidos); 25 programas.

* Emisiones Extranjeras: 90 (63 h. 45 min.; 50.12 por ciento sobre el total de tiempo de programación) programas (60.8 por ciento sobre el total de programas extranjeros): 13 programas.

* Emisiones Nacionales: 58 (36 h. 21 min.; 30.31 por ciento sobre el total de tiempo de programación) programas (39.2 por ciento sobre el total de programas transmitidos). El número promedio de programas nacionales transmitidos (\bar{X} de programas nacionales): 29 programas.

* Pautas Publicitarias: 1.057 anuncios (23 h. 02 min.; el 19.4 por ciento). El promedio de anuncios (\bar{X} de publicidad) fue 176.

* Origen de la Programación Extranjera: Esta se distribuyó así:

— Estados Unidos: 57 programas (72.3 por ciento): Teleseries, Cartones Animados y Largo-metrajés.

— Europa Occidental: 4 programas (5 por ciento): Largo-metrajés fundamentalmente.

— Aisa: 7 programas (9 por ciento): Cartones animados y Teleseries.

— América Latina: 11 programas (13.8 por ciento): Telenovelas.

Siendo este el principal Canal del Estado, su programación refuerza los contenidos programáticos de los dos canales comerciales. Las teleseries, los cartones animados y los largo-metrajés, y las telenovelas (Brasil, Argentina, México) en menor grado, son los contenidos foráneos que dominan en el Canal Ocho. No hay grandes variaciones. Quizás, la única diferencia, es que nos encontramos con más programas de América Latina en donde las telenovelas son el fuerte de esta procedencia. Así, en los días de la muestra la programación extranjera fue como sigue:

1.- Teleseries: "Esa Chica", "El Fantasma y la Señora Moore", "Lotería", "Shogun", "Miss y la Vida en Rosa", "El Bote del Amor", "El Super Tren", "Aquí está Lucy", "Cisco Kid", "Una Pareja Audaz", "Remington Steale", "Mike Hammer", "Archivo de Andrus".

2.- Cartones Animados: "La Pequeña Nell", "Super Magnetron", "La Abejita Maya", "Julie, la Rosa Silvestre", "El Rey Arturo", "Mr. Magoo y Jenny", "Cabello Rubio", "Lulubelle".

3.- Largo-metrajés: Películas que se presentan bajo los espacios de "Cine", "Cine sin restricciones".

**DISTRIBUCION DE LA PROGRAMACION NACIONAL
Y EXTRANJERA EN LOS CANALES 2, 4, 8
(Seis días del mes de enero y febrero de 1986) ***

Canal	Programación Nacional		Programación Extranjera		Pautas Publicitarias		Total Programación	
	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%
Dos (2)	40	35.4	73	64.6	1.124	23.3	113	100
		19h 16' 45"		60h 36' 13"		24h 30'		104h 22' 58"
Cuatro (4)	40	32.5	83	67.5	1.169	19.4	123	100
		31h 15' 50"		67h 44' 01"		23h 03' 37"		122h 03' 28"
Ocho (8)	58	39.2	90	60.8	1.057	19.4	148	100
		36h 21'		63h 45'		23h 2'		123h 08'
Total	138	35.9	246	64.1	3.350	20.1	384	100
		86h 53' 35"		192h 5' 14"		70h 35' 37"		349h 34' 26"

Fuente: Mediciones efectuadas por estudiantes de la Escuela de Comunicación Social de la UCV y coordinadas por el Prof. Marcelino Bisbal.

¿QUE SIGNIFICA TODO ESTO?

Para dar respuesta al interrogante tenemos que trasladarnos nuevamente a todo el conjunto de referencias y datos que hemos venido proporcionando a lo largo del trabajo. No ha habido grandes diferencias en los contenidos de aquella televisión de la década del '60. Hay que reconocer que la televisión venezolana se ha vuelto más flexible en algunas de sus programaciones, las matutinas y quizás las informativas. Ha hecho esfuerzos por acoplarse a los avances de la técnica (Ver Apéndice I: "Breve listado de productos electrónicos fabricados por Estados Unidos, Japón, R.F. de Alemania, Canadá y Francia, los cuales son utilizados por los canales de televisión, tanto privados como oficiales"), pero esos esfuerzos no se han visto valorados en los niveles de contenido. Las teleseries y los cartones animados, con nombres y tramas distintas, más acordes con esta realidad cambiante de la década de los ochenta, siguen ofreciendo el conjunto de imágenes-patronos que diversidad de investigadores encontraron en la década del sesenta (22):

- | | |
|------------------|--------------------|
| - Individualismo | - Conservadorismo |
| - Elitismo | - Conformismo |
| - Racismo | - Autoderrotismo |
| - Materialismo | - Providencialismo |
| - Aventurerismo | - Autoritarismo |
| - Romanticismo | - Agresividad |

Alguien definió, en ese entonces, a la televisión como "comunicación alucinógena". Las quejas son muchas y proceden de todos los ámbitos. Como nos dice Herbert I. Schiller recientemente, "esta situación no ha cambiado. Los acontecimientos vaticinados hace quince años se quedaron cortos. No sólo las regiones más pobres del mundo están saturadas por la televisión, las noticias y los filmes norteamericanos, sino que las "altas culturas" industrializadas de Europa Occidental tampoco escapan ya de este diluvio cultural. El caso de Italia, aunque en modo alguno único, constituye un modelo alarmante.

En los últimos años, un país que posee un rico legado cultural de varios siglos se encuentra con que sus principales canales de televisión se han convertido, casi exclusivamente, en conductos para ofrecer programas estadounidenses. Se calcula que entre el 75 y el 80 por ciento del tiempo principal de la televisión italiana está dedicado a materiales extranjeros, la mayor parte de los cuales son norteamericanos, y algunos dibujos animados japoneses" (23).

Pero ahí está la televisión venezolana, tratando de campear el temporal a la espera de tiempos mejores y de que alguien la comprenda. Porque nosotros y el público receptor sólo comprende lo que ve. Y lo que ella nos muestra no es lo mejor que pueda contribuir al proceso de desarrollo de un ser nacional, con identidad propia y valores propios. Que la televisión puede contribuir al proceso de desarrollo de la sociedad, es evidente, demasiado evidente. Todos los medios pueden ser factor de desarrollo, el asunto es que con esos contenidos no lo pueden ser.

T.W. Adorno la bautizó bajo el lema de el sueño insomne. Y aunque algunas cosas de las que dijera el filósofo alemán hoy día han sido ya superadas, esta idea acerca de la televisión en nuestro continente y en Venezuela en particular, sigue siendo todavía precisa y exacta. ¿Hasta cuando? Las alternativas están siempre presentes para quien las quiera asumir, pero sí estamos seguros que no serán las transnacionales del mundo televisivo, ni los respectivos empresarios nacionales que les siguen la ruta.

NOTAS

- 1) NORDENSTREN, Kaarle y VARIS, Tapio. **¿Circula la televisión en un sólo sentido? Examen de la circulación de los programas televisivos en el mundo.** Editorial de la UNESCO en la Colección Estudios y Documentos de Comunicación Social. No. 70.
- 2) Ibidem, pág. 21.
- 3) KAPLUN, Mario. **La comunicación de masas en América Latina.** Colección Educativa Hoy/ Perspectivas Latinoamericanas No. 5, Bogotá, 1973, pág. 70. El estudio fue realizado por encargo de UNDA/AL (Secretariado Latinoamericano de UND/AL) (Asociación Católica Internacional para la Radiodifusión y la Televisión. Secretariado Latinoamericano).
- 4) BARROS LEMEZ, Alvaro. **La televisión en América Latina.** Cuadernos ININCO No. 4. Caracas, 1977. Ver específicamente el Cap. Cuatro: "Una TV en nueve países" (Pág. 25) y el Cap. Quinto: "Conclusiones" (pág. 36). Así como los cuatro Apéndices de programación de los países estudiados.
La investigación no trabajó directamente frente a la pantalla de televisión, sino que lo hizo con revistas especializadas para la difusión de programación (en el caso de Venezuela como la desaparecida **TV-Guía**) o las carteleras de programación aparecidas diariamente y/o semanalmente en los diarios y revistas de los países considerados.
- 5) Revista **CHASQUI** No. 9, Quito (Ecuador), enero/marzo de 1984, pág. 10-16.
- 6) Entrevista concedida a Revista **CHASQUI** No. 9, Op. Cit. en (5), pág. 4-9. Hemos resaltado, en forma sintética, aquellas preguntas y respuestas que hacen referencia a los flujos internacionales de programas de televisión comparativamente entre el estudio de 1972 (Op. Cit. en (1) y el efectuado por el mismo autor, como un estudio de seguimiento, en 1983 (Tapio Varis. "The International Flows of Television Programs", **Journal of Communication** 1984, Vol 23, No. 1).
- 7) Citado por SCHILLER, Herbert en **Comunicación de Masas e Imperialismo Yanqui.** Editorial Gustavo Gili (GG), Colección Punto y Línea. Barcelona, 1972, págs. 84 y 85. El Cap. VI ("La invasión mundial de la electrónica norteamericana") del texto está dedicado, en gran parte, a los contenidos extranjeros y de origen norteamericano de la radio y la TV de los países del Tercer Mundo. Hay referencia muy específica a América Latina.
- 8) PASQUALI, Antonio. **Comunicación y Cultura de Masas.** Monte Avila Editores, Caracas, 1972, págs. 247 y ss.
- 9) Investigación llevada a cabo para optar al título de Lic. en Comunicación Social por la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB): **Una Televisión para el Desarrollo.** Mimeógrafo. Caracas, 1974, págs. 92-109.
- 10) Mediciones efectuadas para el Proyecto **RATELVE** (Diagnóstico sobre la radio y la TV venezolana), págs. 179-180.
- 11) Análisis efectuado entre el 25 al 31 de diciembre de 1976. El estudio en cuestión fue presentado como Trabajo de Licenciatura en la UCAB (Universidad Católica Andrés Bello) bajo el título: **TV y Cultura Popular.** Mimeógrafo. Caracas, 1977. Los resultados del análisis se desglosan a partir de la pág. 80 y ss.
- 12) "La Resolución No. 1029 prevé una clasificación de programas en base a su nacionalidad u origen de producción. En este sentido, podemos observar los programas de producción nacional y los programas de producción extranjera. Los primeros los define la Resolución como aquellos en cuya realización y producción haya intervenido un setenta y cinco por ciento (75 por ciento) como mínimo de personal técnico y artístico venezolano. Los segundos no los define la Resolución, pero de manera implícita se pueden descifrar: así pues, los programas extranjeros son aquellos en cuya realización y producción han intervenido un veintiséis por ciento (26 por ciento) como mínimo de personal artístico y técnico extranjero. De manera inexplicable la Resolución no prevé el programa mixto o de coproducción venezolana y extranjera.

Ahora bien, la consecuencia jurídica de esta clasificación consiste en que las estaciones televisoras deben transmitir semanalmente, un cincuenta por ciento (50 por ciento como mínimo, de programas de producción nacional.

Asimismo, también deberán transmitirse diariamente, de lunes a viernes, no menos de treinta minutos (30 min.) de programas de producción nacional dedicados específicamente

a la atención de los niños; así como cinco (5) horas semanales de programas de producción nacional dedicados a la atención de menores de 18 años. Se exceptúa del cumplimiento de esta obligación a la Televisora Nacional Canal 5; esta excepción de rango sub-legal no tiene fundamento en ninguna Ley. Como vemos una norma sub-legal prevé excepciones no previstas por la Ley que reglamenta, lo cual parece extralimitar el principio de legalidad administrativa que debe amparar la actuación normativa de la Administración Pública”.

Análisis efectuado por FUENMAYOR ESPINA, Alejandro. **Régimen Jurídico de la Radio y la Televisión**. Editorial Jurídica Venezolana. Colección Estudios Jurídicos No. 9. Caracas, 1982, pág. 298.

— El **Decreto 620** puede encontrarse en la **Gaceta Oficial** No. 31.990. El Decreto es de fecha 22 de mayo de 1980. Por su parte, la **Resolución No. 1029** (17 de diciembre de 1982) puede encontrarse en la **Gaceta Oficial** No. 32.626.

- 13) Este análisis morfológico de la programación televisiva venezolana fue presentado por los Profesores Rubén García Navarro y Lenín Molina Peñalosa en forma de “Informe de Investigación ante las II Jornadas de Investigación de la Facultad de Humanidades y Educación de la UCV”, en octubre de 1983.
- 14) DI GIAMPAOLO B., Antonio y GARRIDO, Gustavo. **La función educativa de la televisión**. Tesis de Licenciatura en la Escuela de Comunicación Social de la UCV. Mimeógrafo. Caracas, 1984.
- 15) FUENMAYOR ESPINA, Alejandro. **Régimen Jurídico de la Radio y la TV**. Op. Cit. en (12), pág. 298.
- 16) En este sentido, lo ideal sería acudir a todas aquellas investigaciones que se han efectuado en América Latina en general y en Venezuela en particular sobre este aspecto de la programación televisiva. Sin embargo, los investigadores Luis Ramiro Beltrán (bolíviano) y Elizabeth Fox de Cardona (colombiana) nos ofrecen un excelente trabajo titulado: **Comunicación Dominada: Estados Unidos en los medios de América Latina**. ILET-Edt. Nueva Imagen. México, 1980.

En este texto, y particularmente en el Cap. IV: “El contenido de los programas de televisión: otro instrumento de dominación” (pág. 80-112) nos encontramos con una sistematización acerca del conjunto de imágenes, valores, estilos de vida, maneras de vivir... que transmite o que proyecta la televisión en América Latina. Los autores nos pasean por los más importantes trabajos que se han hecho en la región sobre el tópico. Muchas de las referencias son de origen venezolano.

— Dentro de esta misma idea, la Revista **Comunicación** en su número 17: “XXV año de la televisión venezolana” recogió en forma de Guía Bibliográfica todos aquellos trabajos que se publicaron sobre el tema y que han aparecido ya sea en forma de textos-Estudios, artículos o reseñas periodísticas. La reseña bibliográfica abarca hasta 1978.
- 17) y 18) Documento publicado por la UNESCO bajo el título **Estadísticas Culturales y Desarrollo Cultural**. Ediciones de la UNESCO para MUNDIALCUTT, 1982, pág. 14. El discurso de Jack Lang fue pronunciado en la misma Reunión el 27-07-1982 en México.
- 19) y 20) — Los datos para 1984 fueron publicados por la Revista **PRODUCTO** No. 18, Año 2, 1985, págs. 26 y 27.

— Los datos para 1985 aparecieron en el diario **El Nacional** del 14-02-1986 (D-1), en la sección “Mercadoscopio”.
- 21) — En EDWIN EMERY, Phillip H. Ault y Warren Agee. **Las comunicaciones en el mundo actual**. Versión al español por Margarita Alvarez Franco. Editorial Norma. Cali-Bogotá Colombia, 1967.

— Bajo la misma idea y analizada la televisión por alguien quien fuera publicista en los Estados Unidos por muchos años y conocedor de la televisión norteamericana por dentro, es interesante leer **Cuatro buenas razones para eliminar la televisión** de MANDER, Jerry. Editorial Gedisa, Colección Libertad y Cambio. España, 1981.
- 22) BELTRAN, Luis Ramiro y FOX DE CARDONA, Elizabeth. **Comunicación Dominada: Estados Unidos en los Medios de América Latina**. Op. Cit. en (16), pág. 104.
- 23) SCHILLER, Herbert. “Corrientes de información electrónica y el creciente ataque a la soberanía nacional”, en Revista **C-CAL** (Revista del Nuevo Cine Latinoamericano). Año 1/No. 1/Dic. 1985. pág. 87.

LA MITOLOGIA TRANSNACIONAL

FRANCISCO TREMONTI

Al hablar de lo extranjero en la televisión venezolana no queremos ser exhaustivos, hasta el punto de señalar la notable influencia que la televisión de otros países ha tenido y tiene en las producciones venezolanas. Se trata simplemente de reseñar lo que nos llega a este año desde Los Angeles, California, es decir, Hollywood, tratando de adivinar qué podemos esperar y ver en nuestra televisión.

La Meca del Cine y la Televisión ha sufrido estas dos últimas temporadas, la pasada y la presente, el mismo fenómeno que ha afectado a la mayoría de los productores televisivos de todo el mundo, incluyendo por supuesto a Venezuela. Los altos costos de una programación "totalmente nueva", la terrible competencia de la televisión por cable, problemas de mercado internacional, etc. han logrado que las grandes cadenas televisivas, así como varios de los más importantes productores independientes de televisión en los Estados Unidos traten de recoger shows de temporadas pasadas, películas, programas especiales antiguos, etc., revitalizándolos de tal forma que queden como "nuevos". La palabra "nuevo" obtiene de esta manera un significado un tanto incierto, pero que actúa como una especie de consigna en el paquete de programas de entretenimiento que este año ofrecen las más importantes cadenas norteamericanas, la CBS, NBC y ABC, quienes al programar lo que llaman en Los Angeles "la temporada de verano" invierten varios centenares de millones de dólares en programación, dinero obviamente recuperable más adelante con creces. Muchos de estos programas y películas los veremos este año en nuestra televisión venezolana.

Como la televisión comercial es básicamente un negocio, la calidad de los programas a considerar se evalúa por la cantidad de dinero que sus productores pueden cobrar por los comerciales introducidos dentro de los mismos espacios. En primer lugar, sin lugar a dudas, está "The Crosby Show", de la NBC, con el actor Bill Crosby como protagonista en una situación de comedia para grandes y chicos, que cobra unos 270.000 dólares por cada comercial de 30 segundos. A este respecto hay unos diez programas en la televisión norteamericana que superan los 200.000 dólares por el mismo espacio comercial de 30 segundos. Y, sin embargo, según un ejecutivo de una Agencia de publicidad de la Avenida Madison de Los Angeles, los compradores del tiempo comercial en la televisión están pegándose el uno junto al otro para tener el chance de lanzar el dinero de sus clientes al Show de Crosby.

La cadena ABC seguirá esta temporada produciendo una nueva serie de "Dinastía", un programa que le produce 235.000 dólares por 30 segundos comerciales. En este sentido, los Carrington ganaron la batalla a los Ewing de "Dallas", una serie

que en sus primeros años rompió todos los records de recaudación comercial y que se sigue viendo en más de 45 países en el exterior. Este año cayó al cuarto lugar en el rating, detrás de "Family Ties" (Vínculos de Familia), de la NBC, y "Sesenta Minutos", un programa fundamentalmente de investigación periodística y reporterial, que la temporada pasada puso también en la cima comercial para un programa de su especie.

Junto a estos líderes de la comercialización, la Cadena NBC nos presenta esta temporada un conjunto de capítulos nuevos de la serie "Miami Vice". Los detectives Crockett y Tubbs tendrán que mezclar este año lo peligroso de su trabajo con su involucración en nuevas conquistas femeninas. Este es uno de los primeros dramas de la televisión en salir en stereo. También tendremos capítulos nuevos de varias series televisivas: "Cheers", un programa preferentemente juvenil en el que se estudia el desenvolvimiento de la vida interna de un equipo deportivo: "Nigh Court" ("Corte Nocturna"). Aquí una vieja alegre, representada por Florence Halop, substituye a la última Selma Diamond. Esta serie la protagoniza Markie Post, como una asistente apoderada legal. "Knigh Rider", conocida en Venezuela como "El Super Carro", nos presenta a Kitt, quien repara su carro, añadiendo un nuevo diseño en la parte posterior, un nuevo tablero de instrumentos, que incluye una computadora parlante, más potencia, rayos laser, etc. En el fondo continúa el mismo esquema de aventuras detectivescas a que estamos acostumbrados.

"The a Team", el equipo A, rebautizada en Venezuela como "Los Magníficos", nos presenta nuevos capítulos de las aventuras de un equipo de excombatientes de Vietnam, con el actor George Peppard a la cabeza, que se ofrece para resolver situaciones difíciles que no se pueden arreglar por las vías ordinarias legales. Este año se busca incorporar un nuevo miembro al grupo: esta vez una mujer.

"The Facts of life", hechos de la vida, trata en forma de comedia la situación de Edna y sus muchachas, quienes convierten el supermercado que tenían en una boutique. "St. Elsewhere", San Cualquier parte, en que el amable Dr. Westphal, representado por Ed Flanders, regresa a Etiopía para tratar de mitigar el hambre de las víctimas.

Entre los 20 programas que presentó la NBC este año, más o menos nuevos, hay dos que nos hubiera gustado ver en Venezuela: "Steven Spielbergs amazing stories", del famoso productor y director cinematográfico, dedicado ahora casi exclusivamente a la televisión, y "Alfred Hitchcock presents", de los cuales no tenemos ninguna relación aquí.

Hay todavía una serie de títulos de programas que nos han llegado pero que todavía no se han presentado en el país, cuyo contenido se balancea desde la ciencia ficción hasta las aventuras, detectives, misterio, comedias, etc. "The Colbys", "Lime Street", "The Equalizer", "The insiders" y otras series nuevas como "Stir Crazy", "Science Hire and Misfits", etc., etc...

De los nuevos programas que presenta la CBS para esta temporada podemos decir que se repite el fenómeno visto anteriormente: hay muy poco realmente nuevo. La mayoría de los programas son reactualizados, con la inclusión de nuevos personajes o nuevas historias. "Murder, she wrote", las aventuras en un pueblo del interior, en que William Windon se une al reparto como el médico del pueblo y John Astin viene como su jefe de corredor de bienes raíces. "Trapper John M.D.", Lorna Luft representa aquí a la enfermera supuestamente liberada. También se une al espectáculo la veterana actriz Janis Paige, así como un nuevo médico, joven y elegante. "Falcon Crest" aparece esta temporada más dramática, con más sexo y violencia, temporada en la que desaparecerán algunos de los personajes anteriormente en

Lo que mira el mundo

Alemania Occidental	Programa de EE.UU. de mayor audiencia Dolby y Dynasty	Programa local de mayor audiencia Derek Drama policial sobre dos detectives (St. Demick y St. Albin) que capturan asesinos.
Australia	Cagney & Lacey Hill Street Blues Dynasty y Dallas	A Country Practice: Drama sobre la práctica médica y veterinaria en una 1-1-dobla rural.
Bélgica	Dynasty	El Tiempo: Dos veces por semana, Armond Pien informa durante 12 minutos sobre el estado de los cielos, mezclando informes sencillos con chistes y anécdotas. La transmisión es vital para los turistas y venturos, que sobra empalmeamiento.
Brazil	Magnum, P.I. y Cover Up	Roque Santeiro: Historia de una población mítica y un santero que desaparece durante un ataque de bandidos. Los vecinos creen que él está muerto, pero él sobrevive y se refugia en un monumento, pero años más tarde el santero reaparece sano y salvo.

Canadá

Billie	Dolby Dynasty	Money Machine en Canadá: partido de la Liga Nacional de Hockey (durante la temporada).
Corea del Sur	CHPS	Sebuah Elemen: Programa de variedades breves para salirnos, juegos, visitas de viajes y entretenimiento en general.
Dinamarca	Dolby Dynasty	Diario de un Compañero: Este programa, el más visto de Corea, representa realísticamente la vida rural contemporánea de Corea. Incluye historias de amor, como a Saeil y las relaciones de los campesinos ahumados por las deudas y los bajos precios de las cosechas.
España	V, que giró una buena nacional por los legados Dynasty y Hotel	Melodrama: Drama que describe los cambios que sufre un pueblo pequeño después la segunda guerra mundial.
Holanda	Dolby	Películas los sábados por la noche.
Inglaterra	Dolby	1-2-3: Juego. Mediante pistas, los participantes identifican objetos (premios), que varían desde un vaso hasta un automóvil.
	Dolby	Coronation Street: Telenovela sobre la clase trabajadora que gira alrededor de la banda, el bar El Roly y "Reguera de la Calle Coronation".

Italia

Japón	Dynasty y Dallas	Quiz: Programa de ciencias sobre física nuclear, biología, psicología y temas afines.
México	El Auto Inapreciable (Kojin Rider)	Militerazul: Telenovela natal de 15 minutos (8:15 a 8:30) sobre una pareja de un pueblo costero donde los padres todavía arreglan los matrimonios.
Suecia	Three's Company	Los Años Pasan: Telenovela diaria de 30 minutos. Rodado en escenarios de y se casa con el actor, pero lo transfieren a otra ciudad. Allí Rodado se casa con una mujer que pretende ser soltera y se casa también con ella. Lamentablemente, la ficción es opulenta y concubina, y tiene una aventura amorosa y un hijo, pero la culpa y viene a los brazos de María.
Suecia	Three's Company	Kamper: Programa en idioma alemán que muestra la vida en una gran aldea de una estación que queda en ruinas.
Suecia	Dolby	Markt und Gasse (Marsch y Västby): Novela a menudo de muchas actuaciones de estrellas como Ellen John y entrecortada de científicos del espacio y otros intelectuales.

Información con permiso de la estación del 2 de los, de Advertising Age, Copyright de Data Communications, Inc. Basado en tiempo (si disponible), informe de canales de TV e informes de agencias de publicidad.

la trama. Por otro lado, podremos ver incluidos este año a actores como Morgan Fairchild, Apollonia, Celeste Holm, Anne Archer y César Romero.

"Crazy like a fox", loco como un zorro, nos trae a Dick Van Patten, quien se une al elenco como el pulido y elegante suego del hijo del sucio "zapatos de goma" Harry Fox. Cuando ambos se juntan salta una especie de electricidad que se resuelve en una fina comedia. "Cagney & Lacey", la historia de dos mujeres policías en un distrito de New York, a quienes vimos el año pasado en las pantallas de VTV. Lacey, representada por Tyne Daly, queda embarazada esta temporada y Sharon Gless, Cagney, tiene que tomar el liderazgo para unificar otra vez a la pareja. "Magnum P. I.", promocionado en Venezuela como "El Bigote Agresivo", nos presenta a la madre del detective cuando éste regresa a su casa en Virginia para asistir a un funeral. También aparecerá más adelante la ex-esposa de Magnum con su pequeño hijo, que puede ser o no hijo del protagonista.

La cadena ABC nos presenta este año, además de "Dinastía", nuevos capítulos de "The Love Boat", el bote del amor, en el que los pilotos adultos del barco quebrantarán todas las reglas, según los productores. Lill Whelan, la hija del capitán, ahora de 18 años, enfrentará toda la problemática sobre sexo y drogas. Y el crucero de lujo continúa sus viajes. "Hard Castle y McCormic". De nuevo nos vemos jugando a detectives y policías. Esta temporada se incluyen frecuentes filmaciones en exteriores, bosques y ríos salvajes, que nos traen una naturaleza agreste de fastuosa belleza. "Ripley's believe it or not", de Ripley créalo o no, nos presenta a Marie Osmond, quien se une a Jack Palance como co-anfitriona en este show de variedades. Este año nos prometen programas de largo metraje desde China y la URSS. "Different Strokes", aspectos diferentes. Por primera Gary Coleman, el infantil protagonista de Arnold, tendrá la edad real de Coleman, un estudiante de bachillerato de unos 17 años, quien encuentra problemas en la escuela porque es muy pequeño de estatura. Mary Ann Mobley representará a la esposa de Conrad Bain.

Tendremos otras noticias esta temporada respecto a las películas hechas expresamente para televisión, muchas de las cuales están ya en proceso de filmación o post-producción. La cadena ABC nos anuncia "Times of my life", Tiempos de mi vida, una mirada interior a la vida de Betty Ford, desde sus primeros días hasta los años que estuvo en la Casa Blanca como esposa del Presidente Ford. Nada sabemos todavía acerca del reparto. "Living Arrows", flechas de vida, nos presenta a la actriz Farrah Fawcett, la ex-posa del hombre nuclear, quien triunfara el último año en otra exitosa producción para televisión, "The burning Bed", protagonizando esta vez la historia de una mujer que comienza una lenta reconciliación con su suegra enajenada, representada por Colleen Dewhurst.

La NBC nos trae a Liza Minelli protagonizando "Intensive Care", terapia intensiva, la verdadera y conmovedora historia de una madre que está tratando de tener suficiente fuerza para soportar la pena de ver morir lentamente a su hijo de distrofia muscular.

"I Dream of Jeannie: 15 years later". La producción original, bautizada en Venezuela como "Mi Bella Genio", data de los años sesenta. Ahora nos presenta de nuevo la belleza de Barbara Eden, en el mismo papel de genio, quien está luchando por salvar su matrimonio de un peligro mortal. Wayne Roger representa a su esposo, papel que fue originado por Larry Hagman, actualmente en Dallas.

"A nice, pleasant, deadly weekend in Palm Strings", un fin de semana simpático, agradable, pero mortal en Palm Strings, nos resucita a Fred Astaire, como un jefe retirado de una banda de ladrones, y a Bob Hope, como el detective retirado que una vez le siguió los pasos. Ahora se juntan como aliados a regañadientes para solucionar un asesinato.

"The return of Perry Masson", el regreso de Perry Masson". Protagonizada el mismo Raymond Burr de la serie original, de "Ironside", de otras varias películas presentadas en Venezuela, saliendo de su retiro para defender a su antigua secretaria, Della Street, acusada de asesinato.

"An early frost", nos presenta un candente drama acerca de una familia tradicional norteamericana, impactada con la noticia de que su hijo está muriendo de SIDA. Protagonizan Ben Gazzara y Gena Rowlands.

La CBS nos ofrece este año varios títulos, también con grandes astros del cine como protagonistas, personajes todos en la fase declinante de la vida. Así "The Last Days of Patton", los últimos días de Patton, protagonizada por George Scott, quien continúa en su papel de la película que ganó un Oscar, representando al general de doble puño George S. Patton. Eva Marie Saint actúa como su esposa.

"Stone Pillow", almohada de piedra, protagonizada por Lucille Ball, como una dama de la Bolsa de la ciudad de New York, que vive a la entrada de Manhattan.

"Izzy and Moe" nos presenta de nuevo a la pareja de comediantes Jackie Gleason y Art Carney, muy populares a principios de los años sesenta, como dos coloridos agentes de la ley de prohibición de licores de New York en los años 1920.

"Promises to keep", promesas que hay que cumplir, nos trae a Robert Mitchum protagonizando la historia de un padre que regresa después de treinta años de ausencia a una fría recepción de su hijo, representado por su verdadero hijo en la vida real, de 41 años, y una amorosa relación con su nieto, representado también por su nieto en la vida real, Robert Mitchum II, de 18 años.

"Copacabana" marca el estreno de Barry Manilow en una comedia musical titulada como una de sus grandes canciones.

Otro capítulo en el panorama televisivo norteamericano son los "programas especiales", programas que por desgracia o por fortuna no llegan generalmente hasta nosotros, a excepción de los concursos de belleza. Bob Hope mantendrá tradicionalmente sus cuatro "especiales" al año para la NBC, incluyendo el show de la celebración de su cumpleaños, el ochenta y tantos, con George Burns y Brooke Shields como invitados especiales. Johnny Carson estará celebrando su vigésimo tercer aniversario como anfitrión del "The tonight Show", un programa nocturno de entrevistas y variedades muy popular en todo el país, con una comedia de dos horas de duración.

"Gimmie A. Break", también de la NBC, protagoniza los talentos de Nell Carter y estará encajada en un espectáculo de variedades de una hora. Barry Manilow creará para la CBS un club místico de jazz, que se llamará "Club Paraiso". Se anuncian para este musical las actuaciones de Mel Torme, Billy Eckstine y Sarah Vaughan.

También para la CBS se producirá una nueva edición de "Circo de Estrellas", un programa ya antiguo pero que regresará con una rutilante línea de celebridades, como lo pueden ser Lorenzo Lamas, Charlene Tilton y la nueva actriz de "Dallas" Jenilee Harrison.

En lo que respecta concretamente a Venezuela, nos vamos a referir solamente a los canales comerciales, es decir, Venezolana de Televisión, televisora del Estado, canal 8, y los canales 2 y 4, RCTV y Venevisión respectivamente. El Canal 5, también estatal, por ser un canal cultural, mantiene una programación sumamente especial, a la que no nos referiremos por el momento.

Para desmenuzar un poco cada programación sería bueno separar los días de entre semana, de lunes a viernes, y los fines de semana, sábado y domingos, que ofrecen una programación distinta de la ordinaria. También nos referiremos a los

distintos horarios del día, mañana, principios de la tarde, horario infantil, de 4 a 7 de la tarde, y el tiempo principal de audiencia, de 7 a 10 de la noche, alargable hasta las 11 p.m.

Durante las mañanas se suelen poner al aire, generalmente, programas originados en el país, opinión, cocina, aerobics, salud, modas, etc., hasta video clips musicales, enlatados importados de EE.UU. o Europa. Solamente el canal estatal añade algo más —no hace falta decir que son programas extranjeros— reponiendo series antiguas de televisión, como son respectivamente “El fantasma y la Sra. Muir”, “Esa Chica”, Documentales, etc. Todos los canales incluyen grandes lotes de dibujos animados en su programación matutina de sábados y domingos. Lo único resalante de estas comiquitas matutinas es que su contenido es por lo general más suave y relajante, no conteniendo tanta violencia como en los horarios infantiles de la tarde.

Después del mediodía, de 13,30 a 4,00 p.m., tenemos un espacio destinado casi exclusivamente a telenovelas, un género sumamente popular en Latinoamérica. Por ser un horario considerado poco importante se suele utilizar para ofrecer repeticiones de novelas de años anteriores, o también programas que sirven de intercambio con otros países. Así podemos ver novelas provenientes de México, Argentina, Puerto Rico y Brasil. La red “O Globo”, considerada la cuarta potencia televisiva a nivel mundial, la red “O Bandeirantes”, de Sao Paulo y otros importantes canales nos traen a Venezuela las mejores y más trabajadas producciones en su género de toda América Latina. En este momento tenemos en el aire “Loco Amor”, canal 8, y la reposición de “Dancing Days” por el canal, 4, Venevisión. Fuera de las telenovelas brasileñas, más dignas y mejor escritas, todas las demás no salen de los problemas y tópicos usuales que tanto conocemos. Así podremos ver amores desiguales, odios, venganzas, divorcios, asesinatos, reencuentros apasionados, etc., hasta lágrimas a granel, todo lo que usted quiera encontrar lo puede hacer a primeras horas de la tarde en la televisión local.

Poco podemos decir del horario infantil, en donde no hay otra cosa que ofrecer a los niños que dibujos animados, uno detrás de otro. Es curioso notar que las producciones japonesas están haciendo una dura competencia en este país a productores tradicionales americanos, como Hanna-Barbera, Disney, MGM, etc., logrando un alto porcentaje de audiencia infantil. Sólo que las comiquitas japonesas contienen un porcentaje grandísimo de violencia, enjaulada en un mundo de magia o ciencia-ficción, a cuyo impacto el niño se encuentra indefenso. Meteorito, Hi-Man, Matzinger, etc., han sido inclusive un éxito comercial, patentizado en la venta de juguetes, franelas y otros enseres infantiles.

Los sábados y los domingos se pueden ver en este horario series televisivas de entretenimiento que no son precisamente para niños: “El bote del amor”, “Los Harts investigadores”, “Relámpago azul”, “La isla de la fantasía”, “La mujer biónica”, etc., etc....

Donde encontramos un lote, distinto y abundante, dirigido mayoritariamente para adultos, de programas extranjeros, generalmente norteamericanos es en el horario estelar de la noche. Podemos ver en este apartado series televisivas y películas de mayor o menor éxito en el país del norte, series como “Hill Street Blues”, rebautizada como “El Precio del Deber”, galardonada anualmente con varios premios EMMY “Miami Vice”, “Dinastía”, “Falcon Crest”, “Los Vengadores”, producida en Inglaterra, “Simón & Simón”, “Arnold”, “Benson”, “Mash”, “Ovni”, y otros muchos títulos de parecida factura.

Hay que subrayar, sin embargo, que el canal 4, Venevisión, dedica un espacio semanal al Cine Venezolano según el acuerdo tradicional de que el horario de 9,00

a 10,00 de la noche se dedicaría a la exhibición de telenovelas o programas exclusivamente nacionales. La excepción la constituye precisamente la Televisora del Estado, que rompió dicho acuerdo tácito sacando al aire en ese espacio enlatados extranjeros. En vez de dar ejemplo de buena y abundante producción venezolana, lo hace, pero de todo lo contrario. Violando, además, las normas del contrato colectivo, firmado con el Sindicato de Cine, Radio, Televisión y Afines, substituyó la producción nacional por series enlatadas norteamericanas, desterrando de esta forma al talento dramático venezolano. Así tenemos el lunes "Persecución", la historia de una pareja que huye de la justicia, acusados de un crimen que no cometieron, con la misma estructura televisiva de todos los programas de su género, popularizados por "El Fugitivo". El Martes nos presentan a "Remington Steel", una detective privada y su ayudante. El miércoles, "Fifty-Fifty", rebautizada Una Pareja Audaz, con una pareja de detectives privadas, una rubia y otra morena, que se debaten en las mismas aventuras a que nos tienen acostumbrados. El jueves, "Lotería", la reacción de los ganadores de la lotería estatal, un programa que encima de todo incita a los juegos de azar. El viernes nos trae a Mike Hammer, una antigua serie reacondicionada, en donde nos encontramos con otro detective privado, su violencia y aventuras. Habría que añadir que el sábado por la noche, a las 11,30 p.m., este mismo canal nos ofrece un programa de videos musicales, titulado "Video Hits", todo un ensamblaje de Heavy Rock y música Punk.

Como podemos ver, el panorama es bastante desolador. La guerra de la cultura se asemejaría en la vida ordinaria internacional a una guerra nuclear, con vencedores y vencidos, en este caso nosotros. Pero lo peor del caso es que las fuerzas ejecutivas de los canales de televisión hacen muy poco, o nada, por evitar el bombardeo de transculturización a que estamos sometidos. Esperemos un milagro, si es que puede ser.

SIGNO Y PENSAMIENTO



TEMAS Y PROBLEMAS EN TORNO A LA COMUNICACION

SUSCRIPCIONES

Un año (dos ejemplares) Col \$ 800.00 US\$20.00
 Dos años (cuatro ejemplares) Col \$1.500.00 US\$35.00
 Cheques a nombre de Universidad Javeriana

CORRESPONDENCIA

SIGNO Y PENSAMIENTO
 Carrera 7a. No. 43-82 Piso 7o.
 Facultad de Comunicación Social
 Universidad Javeriana
 Bogotá, Colombia

FALCON CREST

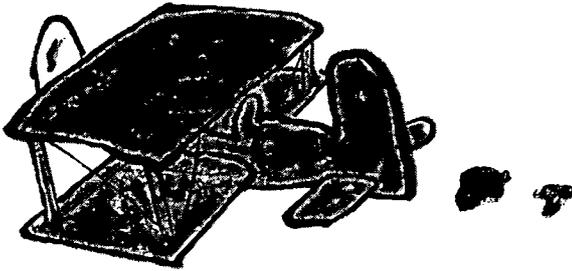
EN DEFENSA DE LA VACUIDAD

JUAN ARRIBAS

La demagogia cultural de las élites intelectuales preocupada por introducir dirigir el "buen gusto" en la educación popular acostumbra a descalificar burdamente, en ocasiones, determinados telefilmes generalmente de procedencia americana, es decir, el puro telefilme de masas. No se puede acudir a una escala de valores tradicional para juzgar series como Dallas, Dinastía y Falcon Crest, ni justificar los reproches en la carencia de contenidos, en la repetición de situaciones irreales, en la esteotipicidad de los personajes, en la baja calidad. Todo esto es verdad, pero lo interesante es analizar su éxito. Hacer un estudio axiológico para enmarcarlas o rebuscar criterios de calidad es adoptar un punto de vista erróneo. Primero porque no utilizan la comunicación para persuadir, y luego, porque no es su objetivo la transmisión original de unos contenidos, la búsqueda de claves estéticas. En este sentido no son comparables con las pretensiones de cualquier otro producto televisivo o cinematográfico.

No son películas pensadas desde la posible expansión ideológica, sino desde el campo del marketing. La ideología acostumbramos a ponerla los exegetas viendo donde a veces no hay y basándonos en las características específicas del medio de difusión que utilizan. Pero si en términos marxistas no es posible una disociación entre arte e ideología, en términos capitalistas sí, y es inconcebible sacrificar la cantidad en aras de la calidad. La rentabilidad se traduce en cantidad de espectadores, no en la calidad de los mismos. En el grado de estandarización de estas series reside su descalificación, pero también su éxito. Ver dos veces seguidas cualquier capítulo sería insoportable porque no están dirigidos al intelecto de la audiencia sino a la inmediata perceptiva.

Falcon Crest (y todo lo que se diga sirve para las otras series citadas) es el paradigma del puro telefilme de masas, y como tal género hay que afrontarlo, sin parámetros comparativos. Se puede descalificar al género como tal, pero sólo en la medida que se descalifican las novelas de Corín Tellado. Como telefilme de masas se rige por la lógica de la inmediatez y el montaje sintético (la supresión de espacio y tiempo racional es una constante) Cada capítulo se articula en base a una sucesión precipitada de acontecimientos que impiden el despiste mínimo y la reflexión (densidad narrativa). Su poder de atracción es absolutamente sensitivo y las sensaciones que provoca jamás podrían surgir en una segunda visión. Su caducidad es tan inmediata como su capacidad de bombardeo visual. Su estructura narrativa se basa en la ruptura de la unidad secuencial de los hechos, lo cual genera expectativas futuras en el espectador que le resultan a posteriori gratificantes, porque la resolución de los acontecimientos se rige por el principio de placer y no de realidad. Casi nunca suce-



de lo que el espectador espera (o sea, lo lógico) pero sí lo que le gusta, y el desarrollo argumental sigue así una escala de complicaciones con alto grado de imprevisibilidad y variabilidad. Este recurso psicológico no resulta peligroso sino divertido, e impide que funcionen correctamente los mecanismos de proyección y de identificación: el malo se hace bueno, el bueno se hace malo y viceversa, es el principio de la ambigüedad moral del que participan estos telefilmes, por lo que axiológicamente son inclasificables.

Parfraseando a McLuhan no creo que en *Falcon Crest* haya que preocuparse por el mensaje, sino por el masaje; y el espectador no cualificado ni cinéfilo así lo entiende antes de la siesta o al acostarse, y los guionistas también. La vacuidad es el principio del relax y cada cual sabe a lo que se expone. A muchos habrán perjudicado las fotonovelas de Corín Tellado, pero a otros les ha vuelto locos el tratado sobre el amor de Schopenhauer y no son comparables. Cuestión de dosis.

En *Falcon Crest* todo resulta tan exagerado que parece estar hecho para que no sea creíble. Estamos pues ante la fábula. Cuando V. Propp estudia la metaestructura del cuento descubre que todos participan de la repetición constante de las mismas reglas. Y describe la existencia de cuentos con siete protagonistas que forman un sistema: el agresor, el donante, el auxiliar maravilloso, el personaje buscado, el mandatario, el héroe y el falso héroe. Y que todos los cuentos se reducen a treinta y una funciones sustentadas por cierto número de personajes. Nos encontramos así con la propia estructura de esta serie, y podríamos poner un nombre a cada uno de esos siete protagonistas. Si añadimos el carácter alegórico del cuento podemos comprender por qué la señora Channing es tan cínica, Richard tan ambicioso, Lance tan fracasado, Maggie y Julia tan sufridas, Khol tan maravilloso, el chino un auxiliar tan eficaz, etcétera. Todos tan héroes y a la vez tan villanos. Tendríamos que afirmar que parecen extraídos del acentuado simbolismo de las moralidades, con sus encarnaciones alegóricas de vicios y virtudes (Román Gubern), pues el nivel humano está reducido a la mínima expresión y subordinado burdamente al nivel de expresión alegórica. Son arquetipos cuyos matrimonios, divorcios, rencores... sólo son creíbles en la medida que nos creíamos que el Lobo se comió a Caperucita. Nadie piensa que los americanos son como Superman: "fuertes sin ir al gimnasio y sabios sin tener que ir a la escuela.

Si la televisión no hubiera convertido la liturgia de la palabra con imágenes de 625 líneas *Falcon Crest* sería un cuento: "Había una vez en un país lejano una anciana muy ambiciosa, dueña de..." y nos parecería tan malo y complicado que el abuelo se cansaría de contarlos porque no entenderíamos nada. Pero hemos dado a la televisión el papel del abuelo y el elemento electrónico no se cansa de transmitir mensajes épicos de la cultura popular y de masas. Esto es *Falcon Crest*, un cuento pos-industrial, un relato de presente.



La serie sigue el mismo estilo de difusión que las novelas por entregas de la primera mitad del siglo, y si utiliza como canal un mass-media tan influyente es por estar acorde con los tiempos y la rentabilidad. Y el alto grado de audiencia justifica su exhibición. Si resulta masiva es porque el placer está en relación inversa al esfuerzo o costo psicológico que el destinatario debe satisfacer para lograr una cabal comprensión del mensaje. Donde no hay contenido no hay esfuerzo. Esta es su baza: el triunfo de la vacuidad. Es la industria cultural la que estandariza productos basándose en razones económicas y en base a las hipótesis de demanda colectiva, y a esto responde Falcon Crest tras el éxito de Dallas y Dinastía. Esta es una dudosa cuestión, porque si la demanda no existe se puede crear, pero éste es también otro problema ético. Pensemos que Corín Tellado ganó mucho más dinero y es mucho más leída que cualquier premio Nobel. Tal vez el ser humano no sea lo que algunos pretenden.

VENEZOLANA Y LATINOAMERICANA

Economía, política,
cultura, teología...

desde un compromiso por la
liberación de nuestros pueblos.

revista



CENTRO
GUMILLA

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.

YO SIN TI NO VALGO NADA

Lo Extranjero en la Estructura de Producción y Mercadeo de la Industria Disquera Venezolana

EWALD SCHARFENBERG E.

1.

Las comparaciones, amén de pedagógicas e ilustrativas, pueden resultar ominosamente engañosas. Esta afirmación se corrobora, en particular, al intentar el hallazgo de parangones entre ciertas situaciones escindidas de sus entornos específicos. Ejemplo de ello sería, sin lugar a dudas, la confrontación de la cartelera actual de éxitos musicales con sus precedentes de finales de los años sesenta, por una parte, y con los *hit parades* contemporáneos de otras naciones latinoamericanas, por la otra. Hace dos décadas, los *rankings* venezolanos estaban anegados por las producciones foráneas —especialmente las que, provenientes del norte industrializado, traían consigo la nueva de la explosión del *pop*— o, en el mejor (¿?) de los casos, interpretaciones vernáculas de los temas más vigorosos de los repertorios del Primer Mundo; merced a esta virtual operación de ensamblaje musical —recuérdese que era la era del auge de la sustitución de importaciones— fue como pudimos disfrutar (sic) de versiones tropicalizadas, *made in Venezuela*, de Rita Pavone o de los nunca suficientemente ponderados “Beatles”. En contraste, las miríadas de carteleras —pues no hay, conviene advertirlo, una única y absolutamente confiable— que se dan a conocer continuamente presentan un rasgo común: las posiciones de privilegio son ocupadas, en una importante proporción que ronda el 70 por ciento, por intérpretes venezolanos, y material editado, grabado, impreso, producido y distribuido por entes venezolanos.

Una vez constatado lo anterior, atendamos entonces el otro frente de la doble comparación propuesta al inicio de este texto: revisemos las *charts* de las demás naciones del subcontinente, tomando como auténticas las publicadas por la sacrosanta *Billboard* y las agencias transnacionales de noticias. En todas —con las conspicuas excepciones de las carteleras brasileñas, argentinas y mexicanas—, incluso en las de la Nicaragua sandinista, el predominio musical anglosajón es —permítasenos el calificativo— grotesco. En el altiplano boliviano puntúan los noruegos del grupo “A-ha”; en el Paraguay del bilingüismo castellano-guaraní, Madonna y la germana Sandra monopolizan los sitiales de vanguardia, semana tras semana; Baltimore y “Mr. Mister” seducen a las erizadas susceptibilidades de los ciudadanos centroamericanos. Y ante tal panorama —y sin que consideremos las características particulares de los públicos de esos países— confirmamos nuevamente, no sin alivio y hasta con alguna

conmoción patrioter, que en Venezuela, los venezolanos mandan. Algo así como para ponerse a proclamar en todas partes aquello de que "lo estamos haciendo muy bien" y que "vamos por buen camino".

Sin embargo, más allá de esta fútil calistenia "nacionalista", las "evidencias" proporcionadas por estas comparaciones se revelan como placebo: pueden hacer pensar, erróneamente por supuesto, que en nuestro país se ha dado una suerte de despertar melómano, reivindicando a los creadores nacionales; o que se ha generado un movimiento musical endémico —convenientemente apoyado por una infraestructura promocional— que eventualmente pudiera constituir un catalizador de la nueva música latinoamericana. Pero no: una observación más detenida de la industria venezolana del disco permitiría detectar ciertos rasgos que nos hablan de una disposición estructural conformada, precisamente, para encajar con procedimientos de marketing impuestos desde el extranjero, vale decir, desde las metrópolis —fundamentalmente los Estados Unidos e Inglaterra— donde se asientan las transnacionales del disco; en otras palabras, el rastro foráneo en la música que se escucha y se produce en Venezuela ya no se localiza en el aspecto más notorio —y por lo tanto, aislable y subsanable— del calco e influencias que pudiera ejercer determinado formato artístico, sino en el más soterrado e indeleble de las estructuras y conceptos de mercadeo y producción.

Esta traslación del epicentro "transnacionalizante" en la actividad disquera venezolana no es, de ninguna manera, fortuita. Es, por el contrario, consecuencia directa —y tardía, nos atreveríamos a decir— del reordenamiento económico capitalista que se desarrolla con mayor fogsidad desde principios de la década de los setenta, en virtud del cual se ha avanzado hacia una creciente "concentración industrial, la centralización de capital y en consecuencia hacia la expansión transnacional" (1). El oligopolio es el personaje central en este libreto, y su *leit motiv* lo encarna un muy peculiar tandem de estos finales del siglo XX: el complejo industrial-comunicacional. El *quid* de la cuestión reside en controlar, simultáneamente, los mecanismos de producción y las pautas de marketing y consumo. Es, en lenguaje más llano, el equivalente a quedarse con el chivo, el mecate, el ordeñador y la jarra de leche. De allí que uno vea, sin pizca de extrañeza, a una de las siete hermanas —la *Gulf Corporation*— adueñándose de uno de los *majors* de la industria cinematográfica —la *Paramount*—; o a la *Coca Cola* —paradigma del trust— creando su propia productora cinematográfica y comercializadora de video —la *Embassy Entertainment*—. Y aunque ejemplos sobran, podemos seguir extrapolando estas consideraciones hasta toparnos con que el avasallante crecimiento del sector comunicación en las economías industrializadas —ya tenido como un cuarto sector independiente— se ha debido, circunstancialmente dinamizado por el descubrimiento de nuevas tecnologías, a ese proceso internacional.

En un escenario más localizado, una evolución similar se ha venido gestando. En el mismo seno de la parafernalia de la industria cultural sus diferentes estamentos se han integrado más profundamente, de tal manera que un producto cultural es tratado desde las diferentes parcelas comunicacionales: discos, video, TV, Cable-TV, et alia. Sólo quienes controlen todas esas instancias —un pulpo como el grupo *WCI (Warner Communications Inc)*, por ejemplo— podrán sobrevivir al cisma oligopólico transnacional en el sector de las comunicaciones.

Ha sido en arreglo con estas nuevas normas del juego que se ha conformado la nueva industria disquera venezolana. Esta nació para acoplarse perfectamente a las exigencias del complejo comunicacional transnacional —no somos, duele recordarlo, más que un país de la periferia capitalista—. Pero por las circunstancias socioeconó-

micas y culturales particulares por las que ha transitado nuestra nación los últimos diez años —esas mismas que alimentaron alguna vez nuestras ínfulas de potencia regional y abanderado latinoamericano—, nuestra industria comunicacional (¿nuestra?), y más concreto, nuestra industria del disco muestra un dinamismo e iniciativa de especiales proyecciones.

2.

Cuando se habla de *industria del disco*, la mención se hace en unas coordenadas muy señaladas: las de una producción masiva de un bien —cultural—, en este caso, fonográfico, para más detalles— para generar plusvalía en dos órdenes: económico e ideológico. Tales términos suponen, a su vez, la confección de un producto musical para el que “el mercado masivo ha sido inseparable desde su idea original, composición y finalidad”(2); se trata, pues, de la música *pop*, que “se creó a partir del intento de la industria discográfica de conseguir un auditorio amplio” (3). En



definitiva, la referencia a una industria del disco implica la referencia a un producto, la música *pop*, cuyo objetivo primario, antes que expresivo, antes que antropológico, es comercial e ideológico.

No obstante, las características de la industria cultural, y por ende —quizás hasta más acentuadamente—, de la industria del disco, condicionan la consecución del desideratum de los capos del negocio: la elaboración de un producto de consumo universal. Claramente, un bien cultural no puede, ni aun en sus manifestaciones más toscas, ser mercadeado de igual manera que otros bienes de consumo. En primer lugar, la tradicional relación costos-producción queda totalmente desfasada en esta industria: no puede pretenderse que a mayor producción de discos, mayor consumo y menor costo, por lo mismo que no puede pretenderse que quien compra una caja de 24 cervezas compraría 24 veces el mismo producto fonográfico —LP, 45 rpm, EP, audiocassette, Compact Disc, o de cualquier formato—. En segundo lugar, las tradiciones culturales y lingüísticas de los diversos grupos sociales —y de las diversas naciones, se entienden—, en repetidas ocasiones, obstáculos formidables para la uniformidad del producto que se busca colocar. En tercer lugar, el relativo bajo costo que tiene la grabación y edición de una obra discográfica —en los términos más elementales, claro— atenta contra el control absoluto de la producción y del mercado. Y, por último, la adquisición y audición de un disco no depen-



de tan estrechamente —como sí en la cinematografía o la TV— de los mecanismos de distribución y emisión: la distribución puede ser prácticamente individual, así como su audición, que no es un acto estrictamente simultáneo y multitudinario como lo es ver una película o un programa televisado.

Dadas estas circunstancias, la industria del disco es, si se quiere, la más azarosa dentro del ramo de la cultura de masas. Sin embargo, los trust han echado mano a diversos mecanismos de control para transitar esas cenagosas parcelas. El más inmediato es el de disponer de un amplio catálogo, preferiblemente dispersado entre varios sellos con “personalidad propia”, para de alguna manera responder a las exigencias del heterogéneo público. Otro también es resultante de la incertidumbre propia del mercado: en una actividad que, en principio, casi se basa en el “ensayo y error”, sólo son los grupos con grandes recursos financieros y promocionales quienes pueden “asegurar artistas de fama, distribución nacional o internacional y la posibilidad de grabar un millón de copias de un disco de éxito” (4). Pero el argumento clave para el control del mercado por parte de las corporaciones reside en otro aspecto: la cultura juvenil.

Desde su surgimiento, pero con mayor énfasis desde los años sesenta, la música *pop* ha tejido una profunda imbricación con la cultura de los jóvenes y de lo juvenil. Esta, atávicamente irreverente y contestataria, conectada íntimamente con la reacción y los desajustes suscitados por el tránsito de socialización del joven en adulto, se ha nutrido siempre de una suerte de épica paridora de mitos. Entre ellos, los de la música. En este sentido, la industria del disco ha sido la punta de lanza en la campaña del complejo comunicacional por hacerse del control, de un mercado —el juvenil— que, desde su descubrimiento como tal, se ha mostrado como el más irracional, generosa y compulsivamente gastador de todos. Pero, a su vez, esta relación adquiere matices simbióticos cuando se observa que la industria del disco se sirve de todo un arsenal comunicacional —videos, radios, posters, magazines, etc.— para crear sus propias estrellas. Es así, mediante el moderno *stardom system* que la industria se garantiza cierto control, cierta predictibilidad del mercado; así, “lo que está de moda”, “lo que le gusta al público” toma corporeidad, rasgos más o menos concretos. La propia industria se encarga de prefabricar sus mitos, incentivando la obsolescencia de sus productos —un tema que permanezca más de 20 semanas en cartelera es considerado excepcional—, presionando al mercado y a los consumidores para estar al día.

Estos mecanismos que funcionan internacionalmente son los que se han transplantado a Venezuela, y que han dado lugar a las transformaciones de la industria cuyo hito inicial parte de 1981, cuando el grupo *Rodven* —y más tarde, *Sonográfica*— irrumpe en el mercado. Es un ordenamiento adaptado, a escala venezolana, para que se coordine sin mayores problemas al esquema transnacional. Y no debe extrañar, pues, que las pautas para su puesta en marcha vengan de afuera, de los *headquarters* del capitalismo transnacional, en correspondencia con la realidad socioeconómica pues, como señala el lugar común —pero no por ello menos cierto— marxista, “las ideas de la clase dominante han sido en todas las épocas las ideas dominantes”.

3.

De manera casi providencial, la iniciativa de esta transnacionalización de la industria disquera del patio no ha correspondido a subsidiarias de corporaciones multinacionales, sino a empresas de capital nacional. La posta la ha tomado la representación de grupos insurgentes venezolanos, de clara índole comunicacional y comercial, que aprovecharon la indolencia predominante hasta entonces en el mercado pa-

ra imponerse sin réplicas: la competencia encontrada apenas fue la que pudieron ofrecer las empresas preexistentes, que trabajaban a niveles casi artesanales y sin verdaderas estrategias de mercadeo, y que prontamente sucumbieron ante la arremetida de los recién llegados, siendo absorbidas por ellos o simplemente desapareciendo. Así, la presencia directa de los trusts de la música se ha limitado a la concesión de licencias, mediante pactos de compras de derechos o garantía de opciones, a las empresas locales: SonoRodven se entiende fundamentalmente con el grupo WEA (Warner-Elektra-Atlantic), EMI-Hispavox y Virgin; Sonográfica se apoya en la poderosa PolyGram (subsidiaria, a su vez, de la Phillips holandesa y la Siemens alemana); CBS de Venezuela en su central norteamericana y la A&M Records; y Cordica en RCA-Ariola.

¿Cómo explicar esa aparente indiferencia de las coporaciones por el mercado venezolano? Intentar esa explicación conllevaría a introducir otra variante que ha determinado en gran medida los rasgos de la industria venezolana del disco: las exiguas dimensiones del mercado. En un mercado de por sí heterogéneo, en el que el disco más vendedor de su historia ha colocado 260 mil copias —el de debut de “Daiquiri”—, en el que un disco como “Born in the USA” de Bruce Springsteen, que ha vendido 20 millones de ejemplares en todo el mundo, no alcanza los 20 mil, poco puede atraer a los trusts, que sí han plantado firmemente sus fichas en otras naciones como México y Brasil. Esto dejó el terreno despejado para las ambiciones de los dos grupos de más clara vocación oligopólica en Venezuela: la Organización Cisneros y el grupo Coraven.

Los estrategias de ambos grupos tuvieron el tino de identificar la existencia de un mercado interno —el urbano juvenil— que perfectamente podía servir como banco de pruebas para un posterior asalto de un mercado más amplio —la verdadera carnada—: el urbano hispanoamericano. Esta elección aún presentaba otros signos alentadores: en conexión con el boom petrolero de los setenta, y de la gran concentración urbana del país, el joven venezolano, y en particular el de clases media y alta —las clases A-B-C del mercadeante, los de mayor poder adquisitivo—, era —es— muy permeable a las diversas corrientes internacionales de la música. La sobrevaloración de nuestro signo monetario, que habilitaba muchísimas importaciones, facilitaba, a la vez, el pronto y masivo acceso a la producción disquera importada. De allí que era inobjetablemente lógico pensar que los productos *made in Venezuela* que lograrán “pegar” en nuestro medio tenían prácticamente garantizada la patente de triunfo en todo el hemisferio.

Para imponerse, las noveles empresas utilizaron, en principio con alguna timidez, luego sin ningún disimulo, todos sus recursos comunicacionales; la integración de los medios según patrones transnacionales. Luego, esta integración se fue profundizando hasta avanzar a la integración vertical de todo el proceso productivo, de mercadeo y distribución, de tal manera que la maraña de relaciones para cada uno de los grupos es, a vuelo de pájaro, más o menos así:

SonoRodven: Rodven Discos (fabricante de viniles); *Love Records* (Sello disquero); Palacio (Sello disquero, ligado por un convenio de distribución y promoción); Big Show Productions (Empresa de management y promoción); Maraury y Disco Show (puntos de venta al consumidor); VideoRodven, Videos de Venezuela y Gran Video (comercializadoras de cintas pregrabadas de video); Venevisión (TV); NCR-Summa y Plus Sistemas (Informática).

Sonográfica: SonoIndustrial (Fabricante); Polydor y Velvet (Sellos disqueros); TeleArte (Estudios de grabación y postproducción); SonoInternational Inc. (Management y producción); Videorama (comercializadora de video); Macanao Films (Producción cinematográfica); Seleven y Mercalibros (Negocio Editorial); RCTV

(Televisión); Inarú (comercializadora de diseños gráficos).

4.

“Si me dedico a Venezuela, pierdo. La aspiración es pegar uno de cada ocho artistas en el exterior. Si pego uno, recupero los demás” (5). Esta descarnada confesión de una de las eminencias grises de la industria disquera bicéfala nacional coloca fuera de toda duda lo siguiente: la tendencia es participar en mercados foráneos. Y esa participación condiciona en cierta forma el producto a expender.

Como hemos visto, una incursión en el negocio internacional del disco obliga inapelablemente a adoptar ciertas pautas de producción artística y de marketing. Esas son, precisamente, las pautas dictadas por las colosales transnacionales. Y son, en consecuencia, las que ha seguido la nueva industria venezolana del disco.

La dirección artística ha debido regirse según esos patrones, que dan origen a lo que en el ambiente se denomina el “corte internacional”. Este “corte” se refleja en el concepto mismo de la música, a la que se tiende a “baladizar”; en los arreglos, muchas veces hechos a la medida con el auxilio, en estudios españoles, norteamericanos o ingleses, del *sampler*; en la temática, que debe responder a ciertas directrices relacionadas generalmente a cierto “amor” pretendidamente voluptuoso y pasional. Todo pasa por ese tamiz uniformizante de la producción. Y de allí que muchos de los portaestandartes de la música *for export* venezolana no sean más que remedos de ritmos “acondicionados” en la producción, siendo *Daiquirí* el más claro ejemplo de ello.

Esto se consolida con las estrategias de marketing institucionalizadas por el disco transnacional: el apoyo promocional del videoclip, la muleta de un dúo con un cantante de reconocimiento internacional que abra paso en ciertos mercados, etc. Pero la técnica más importante es una que, paradójicamente, luce contrapuesta a la tendencia integracionista observada en la industria: la segmentación del mercado a través de productos muy específicos. En Venezuela se identifica —aunque con mayor protagonismo de la intuición que de otra técnica— un segmento del mercado en particular y, de acuerdo a ello, se proyecta un producto que, convenientemente promocionado, pueda atraer eficazmente al comprador de ese segmento. Es así como vemos que a tal artista se le quiera dar una imagen “más seria”, o a aquella otra se le impregne con cierto “estilo italiano” y “quinceaño”. Se trata, pues, de identificar mejor el blanco para llegar más fácilmente a él; un procedimiento mercadotécnico propio de la industria cultural (disquera) de nuestra era.

Mientras todos los esfuerzos promocionales y financieros se encaminan en ese sentido, la edición de música autóctona se limita a la escasa demanda de cierto *target* marginal. No es sino un tic nervioso de las empresas. Y algunos artistas han visto en esa actitud un avieso y deliberado boicot de la música popular venezolana, señalando que las nóminas de la industria exceden —en términos de contratación— a las posibilidades de grabación e impresión de la misma; de allí, deducen que, muchas veces, la rúbrica con una de las “grandes” puede derivar en la más segura condena a “la nevera”.

5.

Comentar la presencia de lo extranjero en la industria venezolana del disco podía servir de coartada para una diatriba a lo “la planta insolente del extranjero...”, o quizás para rasgar las cubiertas del pop y “descubrir” su satanismo y pobreza musical —Liscano dixit—, incluso para intentar, en contraposición, una apología de la cultura popular. No obstante, no hemos de ceder ante tal tentación.

Invertir el signo del pop actual, y "seducir" al sistema con ese camuflaje, resulta una alternativa factible a todas luces. Ilustraciones de procedentes pululan: el *reggae*, y sus predecesores *steady rock*, y *ska*, —imagen universal de la música jamaicana— son las derivaciones de los blues y del rock'n'roll que los lugareños oían, en los años 50, a través de las radioemisoras de Nueva Orleans y otras zonas del sur de los Estados Unidos. Y, más *upto date*, el auge del rock argentino —en especial, algunas de sus manifestaciones— traza otro sendero por el que pudiéramos andar. El pop se ha plantado con fuerza —por re o por fa— entre nuestros sectores juveniles, y no tratar de aprovechar tal circunstancia es, por decir lo menos, de lerdos.

El desmontaje de la estructura actual de producción y comercialización, o más realstamente, la abertura de pequeñas rendijas —susceptibles de ensanchamiento— mediante pequeñas empresas que artística y operativamente presenten alternativas originales y verdaderas será —sí, deberá serlo— el punto de partida de esta labor.

NOTAS

- (1) HAMELINK, Cees J.: *La aldea transnacional*. Editorial Gustavo Gilli, Barcelona 1981, p. 25.
- (2) FRITH, Simón: *Sociología del rock*. Ediciones Jucar, Serie Los Juglares, Madrid 1980, p. 14.
- (3) *Ibid.*
- (4) Hamelink, op. cit., p. 179.
- (5) Alejandro Blanco Uribe, ejecutivo de *Sonográfica*, entrevistado en la revista *Fama*, No. 1, Abril 1985, p. 54.

LA EDUCACION
EN VENEZUELA

4

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

CERPE

CENTRO DE REFLEXION Y PLANIFICACION EDUCATIVA

**PENSAMIENTO
EDUCATIVO
DE
ACCION DEMOCRATICA**

**RAICES E IDEAS BASICAS
(1936-1948)**

DIRIJANSE LOS PEDIDOS A

CERPE - Avenida Blandin - Colegio San Ignacio - Chacao - Apartado 61.393 - Caracas 106 - Teléfono 33.67.21

LAS NUEVAS TECNOLOGIAS Y SU COMPONENTE EXTRANJERO

MIGUEL ANGEL PEREZ LOPEZ

I. INTRODUCCION

El presente trabajo es un estudio preliminar sobre los antecedentes teóricos e históricos que marcan el apareamiento de las nuevas tecnologías y la caracterización del problema respecto a la producción e introducción en el orden económico-social, cultural y político del mundo "moderno".

Este trabajo tiene un carácter exploratorio en la búsqueda de los lineamientos y categorías que permitan abordar el problema y centra su atención en la revisión bibliográfica de aquellos autores que se han sensibilizado por la temática en cuestión. En este sentido se pretende señalar algunas constantes que vehiculizan el análisis y que podrían en una investigación posterior constituirse en las premisas teórico-metodológicas para la elaboración de hipótesis de trabajo.

Nuestro interés por este tema se justifica en razón que el desarrollo de la informática como modelo comunicacional contemporáneo es vital para la reindustrialización de los países del centro hegemónico capitalista y es inherente a la planificación para el desarrollo de los países en vías de alcanzarlo. Comprendemos que el tema es bastante denso pero urgente e inaplazable su discusión. Esto a fin de elaborar políticas coherentes para la utilización y reaprovechamiento de una tecnología sofisticada y con el objeto de buscar alternativas al único papel de mercado que se nos ha sido asignado a los países del Tercer Mundo.

De esta manera, los lineamientos que se presentan son referentes inacabados para la discusión y se asumen desde una perspectiva crítica con el objeto de visualizar las perspectivas que posibiliten un proyecto alternativo viable. Por lo tanto, el presente trabajo se ha elaborado alrededor de tres temas centrales. En primer lugar se discute el carácter conductista del problema, como forma de ubicar los lineamientos teóricos principales.

Seguidamente se discuten los factores económicos fundamentales de la introducción de las nuevas tecnologías. Así se examinan el uso capitalista de las máquinas como producto y como medio de producción, la nueva realidad comunicativa determinada por las tecnologías telemáticas y los efectos de la revolución micro-electrónica sobre la estructura productiva de las sociedades industrializadas.

En tercer término, se introduce el problema de las nuevas tecnologías en el caso venezolano examinando los antecedentes del proceso de introducción de nuevas tecnologías.

Por último y a manera de conclusión, se discute el uso alternativo de las tecnologías incluyendo el proyecto para alcanzar la situación objetiva del problema, las

estrategias imperantes para la acción posible y las fuerzas sociales y su objetivo. Esto como una forma de introducir proposiciones que podrían contribuir a la discusión de la introducción de nuevas tecnologías en nuestro país y de los usos alternativos que podrían tener.

II. NATURALEZA CONDUCTISTA DEL PROBLEMA

Para comprender el fenómeno mismo de las nuevas tecnologías es necesario hacer referencia al punto de partida del modelo comunicacional informático o propiamente cibernético, lo cual permitirá dar cuenta de los insumos teóricos que animan el proyecto de desarrollo tecnológico en sus diferentes aspectos.

Es importante, así mismo, establecer las características y elementos constituyentes del modelo, los cuales van a determinar, en última instancia, el carácter y naturaleza mecánico-conductista de la informática.

En 1947 Shannon y Weaver publican el libro *The Mathematical Theory of Communication* que se refería a la comunicación electrónica; en 1948 Norbert Wiener (ingeniero encargado de la dirección automática de tiro antiaéreo) publicó la obra *Cybernetics*, que estudiaba la semejanza entre los procesos físicos y biológicos. Ambos trabajos estuvieron influenciados por la teoría matemática de la decisión que estudia la probabilidad de una relación entre dos variables existentes y reduce la incertidumbre del futuro mediante métodos de extrapolación y métodos comparativos.

A partir de aquí, el comunicador, divorciado de su papel en el proceso de comunicación humana, es estudiado como un sujeto que concibe proyectos de intervención y estos proyectos se fundan en las categorías lógicas y matemáticas de la teoría de la decisión. Estos conceptos de la electrónica y cibernética fueron transvasados mecánicamente al campo de la comunicación humana sin una atención propiamente crítica y se convirtió al comunicador en "agente del desarrollo cultural". Para esta corriente de la comunicación, los mensajes son entendidos como estímulos que afectan a todo organismo capaz de reaccionar, por lo cual, la cibernética se constituye en la ciencia de las reacciones del organismo a esos mensajes y se rige por el esquema: quién dice, qué dice, en qué canal lo dice, a quién lo dice y con qué efectos lo dice.

El interés en transmitir, almacenar, transformar y vender palabras, imágenes, sonidos y formas sin preocuparse por su "sentido", transportando una cantidad independiente de la significación del mensaje, dá origen al "arte" de asegurar la eficacia de la acción inspirada en el análisis de los efectos de la teoría conductista: **UNA CLARA DEFINICION DEL OBJETIVO QUE SE DESEA ALCANZAR Y POR EL ESTABLECIMIENTO DEL PROGRAMA PARA LOGRARLO.**

El modelo de comunicación cibernética, según las reacciones del medio sobre el que se produce la acción, distingue tres casos. Primero cuando el medio reacciona como está previsto en el programa, es decir, basta aplicar el programa preparado para alcanzar el fin asignado. En este caso el medio ejerce un comportamiento pasivo (la máquina). En el segundo caso, el medio reacciona de manera imprevisible pero ligado a los agentes de la acción por leyes conocidas para lo cual se prepara un método de regulación, en este caso el medio ejerce un comportamiento determinista. En el último caso, el medio exterior reacciona de manera imprevisible y no se conoce ley alguna que relacione el agente con la reacción del medio, en este caso el medio ejerce un comportamiento aleatorio (sobre muchas acciones humanas, por ejemplo).

En consecuencia, la guía cibernética consistiría en:

- 1ro. Aplicar un programa elaborado de antemano.
- 2do. Modificar el programa en el curso de los acontecimientos según métodos conocidos.
- 3ro. Modificar el programa sin regla ni método mediante una inteligente adaptación de las circunstancias.

La aplicación paralela del modelo cibernético al proceso de la comunicación humana se reconoce sólo en los componentes que incluye: 1) una fuente, 2) un transmisor, 3) una señal, 4) un receptor, y 5) un destino. Pero el segundo nivel del significado que se transmite es solamente la disposición del aparato para responder de cierta manera al significante, lo que implica, a su vez, que el significado se distingue del referente y por lo tanto del fenómeno real al cual se refiere el signo, debido a que el aparato "no sabe" sino que ha sido instruido para reaccionar adecuadamente.

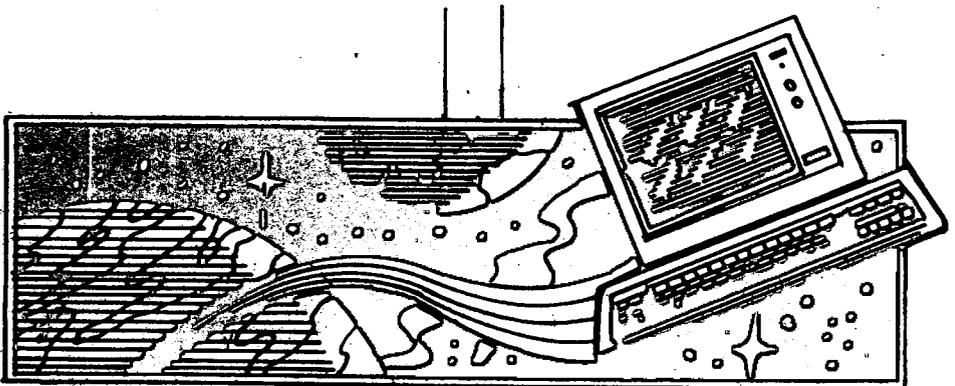
En otras palabras, no se puede hablar de un proceso semiótico de significación socio-cultural del hecho comunicacional, en tanto, en la relación de semiosis el estímulo es un signo que para producir reacción, ha de estar mediatizado por un tercer elemento que se puede llenar de significación, sentido o interpretante en referencia al código, lo que hace que el signo represente un objeto para el destinatario.

El modelo de comunicación que propone la teoría cibernética se funda en un modelo de simulación de la comunicación humana, en el que se excluyen en conjunto la reciprocidad, el antagonismo de los partícipes o la ambivalencia de su intercambio. Lo que circula, en efecto, es información supuestamente legible y unívoca. Es la instancia del código la que garantiza esta univocidad y, en consecuencia, las posiciones respectivas de encodificador-decodificador.

El equívoco de esta suposición radica en la confusión entre el tratamiento automático de los datos como equivalentes a la gestión de la información, en donde se pretende que toda información es reducible a datos y la significación e importancia de ella es proporcional al quantum de bits procesados.

El problema de la objetividad de la información se resuelve en el tratamiento como simples objetos de la actividad técnica sin reparar en: la forma en que se selecciona; se expresan; los destinatarios a quienes se dirige y a los que no se les hace llegar; el soporte con el que se transmiten y el contenido de la información. De esta manera, se reducen las opciones de la interacción y la subjetividad a criterios implícitos de carácter neutral. Se señala que:

"En la Informática, no se ha afrontado el problema, ya no de la naturaleza última de la información; sino ni siquiera el de que a qué se puede



llamar información, que relación guarda con la actividad humana y en qué medida es lícito objetivarla, codificarla y matematizarla. La informática hoy, incluso en sus aspectos teóricos (teoría de los lenguajes, de los archivos, de la programación) es en realidad una sistematización a posteriori de técnicas y problemas que surgen de la información, no como elemento del conocimiento sino de la información como objeto de tratamiento automático" (1).

III. LAS NUEVAS TECNOLOGIAS: FACTORES ECONOMICOS

1) El uso capitalista de las máquinas en el neocapitalismo como producto y como medio de producción

El fenómeno de la informática "...refleja la esencia específica de una tecnología frente a las restantes fuerzas productivas, el ser estructurado y estructurante en relación a las relaciones sociales de producción" (2). La informática se presenta como producto y como medio de producción, el desarrollo tecnológico, en este sentido, surge como una necesidad del capitalismo que lo vincula a la investigación experimental y se justifica en esa misma necesidad de racionalizar el orden de la propiedad privada, elaborando para ello métodos de optimización de la estrategia del comportamiento, para fines de defensa en un principio y para la gestión de la gran empresa capitalista posteriormente.

La investigación operativa desarrolla un conjunto de técnicas sobre los procesos de decisión y selección de estrategias, utilizando los métodos matemáticos, la economía, la psicología y la sociología con el propósito de proveer de un fundamento formal a la ideología capitalista.

Este desarrollo de la actividad investigadora alrededor de los años 40-50 estuvo representada por Shannon con su teoría de la información; Norbert Wiener, con la ingeniería de las comunicaciones; Von Neuman y su teoría de los juegos, entre otros, los cuales fueron muy marcados por el desarrollo de la teoría matemática de la decisión (T.M.D.) conocida también como estudios de carácter cibernético.

Así mismo, en este período, al alcanzarse determinadas condiciones en el desarrollo de las fuerzas productivas y de las relaciones sociales de producción, surgen los ordenadores con el desarrollo de la electrónica. Su antecesor lo representaba la máquina productora de datos prefigurada a partir de la mecanización del cálculo, antes el siglo XIX, suficiente para las necesidades y proyectos de las clases dominantes de la época.

La inversión de los recursos en proyectos para superar las máquinas de calcular ya construidas se produce con la expansión y consolidación del sistema capitalista. En este contexto, las elaboraciones en el desarrollo tecnológico se traducen en utilidad como sinónimo de racionalidad, control y eficiencia que van más allá de las series estadísticas y en consecuencia se avanza hacia el ordenador electrónico con capacidad lógica junto a la aritmética.

Se crea un instrumento que adapta la estrategia a los cambios de situaciones en el mercado, en función de la aceleración de los intercambios, el nacimiento de los mercados internacionales y la reconversión productiva de la Primera Guerra Mundial y la postguerra. La incorporación de contribuciones como la de Stibltitz y Neuman permiten la posibilidad de realizar elecciones lógicas en base a los resultados internos del cálculo, hasta llegar a expresar instrucciones a la máquina en forma numérica como se hacía con los datos, logrando, a su vez, que éstas se albergaran en

la memoria al comienzo de un procedimiento y por lo tanto podrían recibir el mismo trato que los datos.

Estos decisores lógicos y el programa registrado representan una anexión cada vez más aberrante de funciones "externas" en la máquina, es decir, función de control de sí mismo, reforzando así la apariencia objetiva del instrumento de producción de datos "objetivos" que sirven de soporte a las decisiones estratégicas.

Este ordenador se presenta como un instrumento neutro caracterizado y apuntalado por su rapidez en el manejo de miles de datos y operaciones en pocos minutos y "...nace como producto de la industria capitalista apto para transferir a la industria misma las técnicas e ideología de la eficiencia que estaban en la base de su realización durante la guerra" (3).

Es importante señalar que el papel de las masas trabajadoras como protagonistas de las revoluciones políticas y sociales en el mundo, se reduce al de simples instrumentos inconscientes de estrategias ajenas, debido a la revolución microelectrónica.

2) La nueva realidad comunicativa determinada por las tecnologías telemáticas. Aumento de la productividad transnacional.

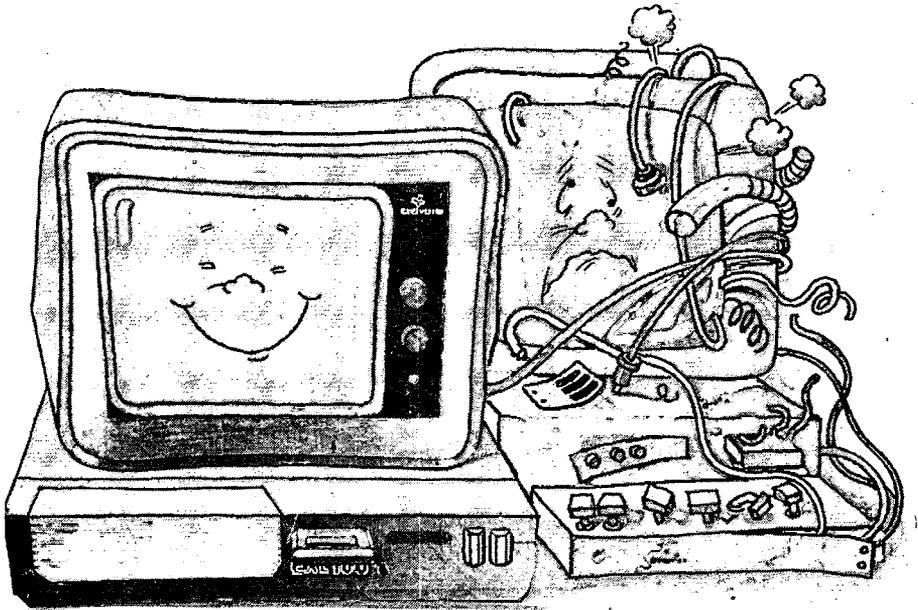
La nueva era de la información o telemática responde a la fusión entre computadores y telecomunicadores, en una relación de sincretismo que se limita a percibir los signos prescindiendo de las significaciones. Los actuales cambios tecnológicos en el sector de la información persiguen principalmente la reducción de costos y por consiguiente la sustitución de mano de obra. Esto se hace posible por la miniaturización basada en microprocesadores, por el aumento de la capacidad y especialización de los sistemas de computación y el aumento de la velocidad de transmisión mundial de los sistemas de telecomunicaciones basados en fibras ópticas y el uso de satélites. (4)

Los avances técnicos son portavoces de un "nuevo orden mundial económico e informativo establecido por los beneficiarios de la dominación" con intención de perpetuarla y se presentan como cambios necesarios para la solución de antiguos problemas en el plano de lo social, político, económico, técnico, cultural e informativo.

La nueva industria electrónica obedece a una nueva forma de organización en las relaciones sociales y producción del capitalismo postindustrial. Responde a la conformación de una nueva distribución de los bloques de poder, según la división social del trabajo a nivel internacional, como organización jerárquica del entorno industrial electrónico y del espacio comunicacional en general, liderizado por los Estados Unidos.

Se caracteriza por el fortalecimiento de la producción transnacional que propicia el desplazamiento de la producción industrial de medios de producción instrumentales hacia los llamados enclaves o zonas francas que garanticen bajos costos de la mano de obra, baja capacidad de organización político-sindical y privilegios en las franquicias de importación y exportación. Estas condiciones están siendo "aprovechadas" en los países del Tercer Mundo a través de una política denominada como proyectos de participación bilateral que se vienen adelantando hace más de tres décadas. La finalidad no es otra que la búsqueda de beneficios por parte de las multinacionales mediante la explotación de innumerables enclaves manufactureros.

Avanzamos, en consecuencia, hacia una nueva división internacional del trabajo que se fundamenta en la doctrina del siglo XIX de los máximos beneficios que tienen lugar "...cuando cada nación intercambia lo que se produce de manera más



ventajosa, es decir al mínimo costo... Resulta de una amarga ironía que los países explotados embarcados al menos en una industrialización limitada serán empujados de nuevo hacia relaciones económicas e informativas desiguales bajo la máscara de la ventaja relativa". (5).

Es por demás evidente que los países del Tercer Mundo no están en capacidad de entrar en la competencia de colocación en el mercado de tecnologías acabadas y ni siquiera de comerciar insumos medios para la producción de éstas. La producción del "hardware" de ordenadores y telecomunicaciones y el "software" de aplicación general estará en manos de las transnacionales instaladas en los países del Asia Menor y América Latina, entre otros.

Estos países sólo reproducirán el drama de su situación capitalista dependiente ya que sólo podrán consumir la tecnología de estas mismas casas o en el mejor de los casos, la del mejor postor. El Tercer Mundo es considerado un mercado potencial que se calcula debe producir alrededor de 65.000 millones de dólares y se prevé exportarán los datos brutos a procesar por los bancos de datos, simulando una supuesta recuperación de la información que habrá nuevamente que pagar, generándose a la postre una pérdida de soberanía en todo aspecto. En este sentido Schiller señala que "Las nuevas tecnologías de comunicación descubiertas, el modo como se han inventado, los procesos por medio de los cuales se han instalado, los factores que determinan su utilización, los productos que han ido apareciendo y los beneficiarios de los nuevos sistemas y medios de transferencia de información... derivan del hecho que el capitalismo norteamericano sigue predominando, aunque desafiado en el sistema mundial de los negocios" (6).

3) La revolución microelectrónica hace que se reorganice la estructura productiva de las sociedades industrializadas.

La rama electrónica se presenta como una política económica de salida de cri-

sis, es la política del desarrollo tecnológico enmascarada en la estrategia de la industria de la comunicación. Abarca todos los productos de consumo del público: T.V., video, comunicación, banco de datos, satélites y telecomunicaciones, redes de video local-comunicación y representa una mutación tecnológica contemporánea que se erige como estrategia intersectorial global de desarrollo productivo que aprovecha la política industrial.

Esta mutación tecnológica modifica y propugna una redistribución de las relaciones de poder entre los individuos, los grupos, las clases, las naciones y los bloques de dominación. Está basada en un mercado de gran público que representa un triunfo decisivo para aumentar la productividad y se organiza bajo la hegemonía de norteamérica en el mercado mundial, cuya cifra de negocios se estima en 5 mil millones de dólares para el año 1985. Produciendo, así, la casi totalidad del material comercializado, garantizando lo esencial de la producción de imágenes generales por ordenadores.

La base de la nueva sociedad de la información se asienta en la competencia de grandes fabricantes por acelerar el desarrollo de nuevas tecnologías. De tal forma que se configuran alianzas que fortalecen la hegemonía de inmensos conglomerados productores de programas de mercadería cultural, elaboración de mensajes educativos y de fórmulas para el uso del tiempo libre (entre los diez más importantes fabricantes mundiales de la industria educativa figuran los gigantes de la electrónica XEROX, CBS, RCA, ITT, Westinghouse, General Electric, Litton e IBM). (7)

Se trata de un plan que explota todas las formas que intervienen en el proceso de comunicación e información: satélites, videodiscos, cable-televisión, educación e información industrial, entretenimiento hogareño, información editorial y muchos otros, dentro del amplio espacio de las industrias culturales. Esto permite, mediante su instalación masiva, la interpretación y el control de lo privado y lo público.

En los países de la comunidad europea, donde el progreso tecnológico se asume a partir del debate político-jurídico y se magnifica la experiencia norteamericana, no se llega a comprender que el mismo devenir histórico de una sociedad concreta y la relación entre cultura y la tecnología configuran un modelo de institucionalización de la comunicación electrónica y condicionan el modo de recibir la innovación.

Países como Francia, que concentra actualmente la discusión en su situación nacional, podría quedar rezagada ante Gran Bretaña, Suiza, Italia y la República Federal Alemana, los cuales introducen el modelo norteamericano adaptando las mutaciones de tipo técnico-productivo que éste implica. Esto con el fin de intentar colocarse en una posición dominante en un mercado europeo internacional controlado por los grupos de comunicación hegemónicos de Estados Unidos. La característica común de la mayoría de las principales empresas de la comunicación que operan en los países de la comunidad europea, responde también a la condición de ser grandes "conglomerados diversificados que obtienen entre la mitad y dos tercios de sus ingresos totales a partir de las actividades alejadas de su sector principal de operaciones" (8).

El poder y la inversión transnacional se multiplica en un nuevo equilibrio proveniente de las inversiones mundiales por parte de Estados Unidos, Alemania Federal, Japón, Gran Bretaña, Francia y Suiza, bajo el esquema de los imperativos del capitalismo, en términos de criterios del mercado, es decir, traslado de los costos de las nuevas medidas productivas a la población trabajadora, enriquecimiento privado y promoción de la acumulación privada del capital corporativo, a partir de la operacionalización multinacional.

Esta operacionalización consiste en la consolidación del sistema empresarial

de las multinacionales y tendrá como sector de punta los semi-conductores, que conjuntamente con la producción de ordenadores y semiordenadores, es la base de toda la industria electrónica. Este sector dentro del "hardware", representa los circuitos miniaturizados y su importancia industrial se compara a la de la industria petrolera o automovilística en los negocios mundiales. De esta forma, se señala que "El microcircuito chip es el elemento fundamental de los ordenadores, elementos de telecomunicaciones, calculadoras de bolsillo, equipos de control de procesos industriales, instrumentos científicos y sistemas de defensa" (9).

La adopción rápida de la nueva tecnología comunicacional es el esfuerzo por instalar y liderizar, por parte del complejo industrial informativo norteamericano, la infraestructura tecnológica a gran escala en la actividad productiva mundial y en consecuencia, colocarse como el principal beneficiario de los cambios que implica dicha transformación productiva. La industria del conocimiento, como también se le ha llamado, permite y reivindica el proceso de acumulación de capital convirtiendo la revolución de la información en otra fase de las relaciones internacionales que mantiene el capitalismo tecnocrático.

La relación entre economía e información dentro del capitalismo es el principal insumo para el desarrollo de la tecnología electrónica, que a su vez, determina "...un mayor rendimiento del capital y una expansión de la productividad del sistema, causando modificaciones considerables en la estructura de la producción y empleo, reconvirtiendo las descalificaciones derivadas de la obsolescencia, aumentando además la capacidad para eliminar riesgos y reducir incertidumbres, mediante la aplicación de nuevos conocimientos que transforman progresivamente la economía de lo incierto en economía de lo cierto, no sin introducir en el plantel productivo, en su remodelación, los logros científicos y técnicos de la economía de la información" (10).

IV. LAS NUEVAS TECNOLOGIAS: EL CASO VENEZOLANO

1) Antecedentes del proceso de introducción de las nuevas tecnologías en el caso venezolano

En el caso venezolano las nuevas tecnologías han sido introducidas desde los años 50 en adelante con la contratación de técnicas computarizadas para la gestión administrativa principalmente y para resolver algunos problemas tecnológicos en la industria petrolera, por iniciativa de las grandes transnacionales propietarias. A pesar de la nacionalización, en 1975 de la industria petrolera, se mantuvo la dependencia de la IBM en el procesamiento de datos y la red de conexiones internacionales que impone un modelo centrífugo en el procesamiento de la información.

A través del sistema de comunicación telenet, se tiene acceso a cuatro bancos de datos: Lockheed, System Development Corporation, Departamento de Energía del gobierno estadounidense y otro canadiense. Esto mediante una conexión telemática unidireccional, en razón que los datos de la industria petrolera son conocidos por las antiguas casas matrices o por los consultores extranjeros, que utilizan las facilidades proporcionadas por la red Cybernet. La introducción y expansión de la tecnología informática respondió a los intereses de las empresas extranjeras y la concentración monopólica del capital. La primera computadora en América Latina fue instalada por la Creole Petroleum Corporation como plataforma inicial del desarrollo informático. (11).

Para 1970, investigadores de la IBM consideraron, en una clasificación que señala el nivel alcanzado por cada país, en la cuarta etapa básica hacia operacional,

a nuestro caso. Así, señala Mattelart se produce "...la reconsideración de los problemas fundamentales del impacto de las actividades operacionales en computación sobre la balanza de pagos del país, aspectos importantes de las operaciones del gobierno y la vida empresarial" (12).

Este esquema economicista-empresarial ha prevalecido y está siendo impulsado por el sector tecnocrático que pretende ser el administrador de un nuevo proyecto político y presenta al modelo institucionalizado petrolero como factor aglutinante de los otros, es decir, la alianza entre el teléfono, el televisor, la computadora y el satélite como base de las redes telemáticas. Se reivindica la opinión del Departamento de Comercio de los Estados Unidos que afirma:

"El desarrollo del tiempo tecnológico entre Estados Unidos y Venezuela ha disminuido considerablemente. Nuevos sistemas suelen ser introducidos en Venezuela en el mismo año de su lanzamiento comercial en Estados Unidos. Los compradores venezolanos se han sofisticado, son conocedores, tienen expectativas y están dispuestos a pagar por los más recientes avances técnicos. Su actitud determinó que el mercado se haya vuelto competitivo" (13).

Venezuela es considerada un nivel por debajo en el desarrollo, instalación y operacionalización que ha sido lograda por Argentina, México y Brasil. Sin embargo, esta posición magnifica nuestra situación y tiene como objetivo reservar nuestro mercado, ante la competencia japonesa o de Europa Occidental, aprovechando que posee cierta capacidad de infraestructura ya instalada necesaria para adelantar el proyecto informático.

Este hecho se hace evidente cuando se constata que la presión hecha a los organismos profesionales de CANTV para adherir a redes internacionales telemáticas vino de parte de los bancos norteamericanos que financian la enorme e impagable deuda externa de nuestro país. La situación de Venezuela en lo que respecta al desarrollo de la industria electrónica y de telecomunicaciones ha sido descrita por G. Giordani según las cifras siguientes:

"Para 1974 existían 62 empresas vinculadas a la industria electrónica, de las cuales 46 producían bienes de consumo final. El 89 por ciento del capital invertido era de origen extranjero y las materias primas e insumos intermedios que se importaban llegaban al 60 por ciento. Los insumos de origen nacional que se utilizaban eran aquellos de menor relación directa con el sector: madera, cartón, pinturas, barnices, etc." (14)

En este mismo sentido, Getulio Tirado agrega:

"...que en este sector pareciera acentuarse su característica de industria de ensamblaje, ...fenómeno preocupante por el hecho de que esta industria, y en particular la electrónica constituyen industrias de punta de la segunda mitad del siglo veinte y tienen un mercado creciente en nuestro país, tal como se desprende del crecimiento de las importaciones, de la proporción de éstas en el total de las importaciones nacionales, de los planes de expansión del servicio eléctrico y telefónico, de las tendencias a la automatización de la industria manufacturera, del incremento del procesamiento de información y de las tendencias al uso de electrodomésticos... En cuanto a los contratos de transferencia de tecnología, el 62,5 por ciento correspondía a los Estados Unidos, el 16,66 por ciento a Holanda, el 12,5 por ciento a Japón y el resto a Alemania y Francia con un 4,17 por ciento cada una. Pero lo verdaderamente significativo

son las características de esos contratos, el 37 por ciento prohíbe la producción de artículos similares; el 43 por ciento prohíbe la exportación de productos fabricados con la tecnología contratada; el 65 por ciento contiene cláusulas que restringen el conocimiento de información técnica; el 62 por ciento establece restricciones al uso de tecnologías una vez expirado el contrato" (15).

Como se observa, esto constituye más una denuncia que una descripción de estos autores, no existe una política definida en cuanto a la racionalización del sector ni existen los organismos especiales que se encarguen de asesorar a los poderes públicos sobre las acciones correctas que se deban emprender. Esta deficiencia es característica de todos los países del Tercer Mundo, es decir, la inexistencia o inoperancia de estructuras de innovación, discusión, crítica, organización, gestión y administración, frente a un mundo desarrollado que sí dispone de estas estructuras y se apoyan en una infraestructura informática. "El desarrollo desigual del Estado", según Rafael De La Cruz, "trae como consecuencia diferencias visibles entre los distintos aparatos del mismo y permite definir, además de las zonas avanzadas, otras atrasadas, y en transición, caracterizadas por los diferentes niveles de innovación tecnológica, donde ocupa un importante lugar la informática" (16).

V. CONCLUSION: EL USO ALTERNATIVO DE LAS TECNOLOGIAS

El planteamiento acerca del uso alternativo de las tecnologías surgidas como instrumentos del nuevo sistema mundial se halla condicionado a la posibilidad de coincidencia en proyectos semejantes para enfrentar la mutación tecnológica de la era informática, unificando necesidades, que resuelvan el cuadro de opresión y de pobreza que caracteriza a los países de América Latina y recoja, a su vez, la diferencialidad y especificidad de la historia y la cultura de cada uno de ellos.

Ante el nuevo desafío lanzado desde el mercado mundial "...se requiere de una fuerte imaginación en el campo de lo político, que permita producir respuestas históricamente adecuadas a la polisemia tentacular de la información, concebida como materia prima estructurante del nuevo esquema de ordenamiento planetario" (17). El Director General de la UNESCO señalaba en 1979:

"Los medios de que disponen (los países en desarrollo) para dominar la gestión informática y adaptarla a sus aspiraciones específicas son menos vastos que los de los países industrializados. Por esta razón resultan más vulnerables que los últimos, cuando se trata de integrar en su sistema de valores las exigencias de la innovación científica y técnica. Estos hechos son tanto más inquietantes cuanto que pueden suponer una amenaza cultural a esas sociedades, paralizar su capacidad creadora y en consecuencia favorecer el brote de una estructura de poderes que colocaría todos los centros de mando de la potencia informática en algunos puntos particulares del mundo ...El desarrollo de las nuevas tecnologías remite a un problema de la transferencia de tecnologías culturales que equivale a una transferencia de modelos globales de organización de poder" (18).

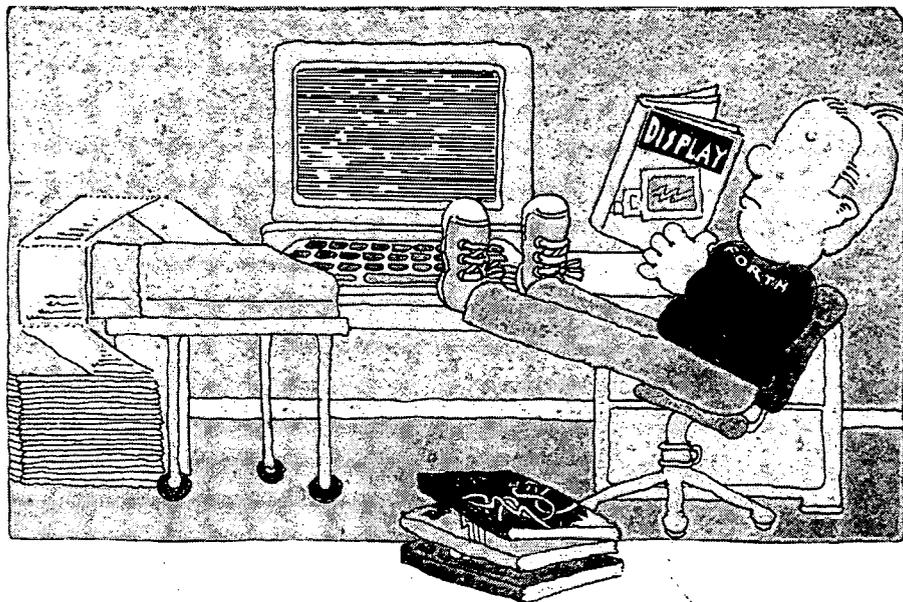
Un modelo alternativo que aproveche la introducción de las nuevas tecnologías para resolver las necesidades reales de la población debe partir de un diagnóstico integral de la situación en la que se inserta, con el objeto de evaluar y contrastar los alcances, limitaciones y críticas en la formulación e implementación de estrategias para el desarrollo que han tenido lugar en América Latina.

Un diagnóstico que parta de la contextualización histórica del problema debe dar cuenta de:

- 1.- La revisión crítica de la doctrina desarrollista, del proceso de industrialización y sustitución de importaciones, de la pertinencia y de la vigencia o no del enfoque dependientista, todos éstos elementos de análisis aún no resueltos.
- 2.- El diagnóstico debe superar la concepción aceptada de las bondades sociales, educativas y de servicio del capitalismo, las cuales se pensó solucionarían: el analfabetismo, las diferencias educativas, la desmovilización política, el desempleo, la marginalidad, el congelamiento de salarios y tantos otros.
- 3.- Un diagnóstico que establezca las consecuencias que tuvo y siguen teniendo en la población los productos ideológicos de la industria cultural y las posibilidades y potencialidades interactivas que ofrece la alternativa de la industria cultural planteada de esta manera.
- 4.- Un diagnóstico que permita construirle viabilidad alternativa a un modelo predictivo de la situación problema: la introducción de nuevas tecnologías, el impacto que tienen, su integración al proceso productivo y la capacidad de los sujetos sociales para reaprovechar un producto de alta tecnología.

En este sentido plantea Héctor Malave Mata que:

“La convocatoria del Tercer Mundo a un nuevo orden internacional —postulación de un orden alternativo como réplica a un sistema en desorden— no puede prescindir de un diagnóstico que revele, en el contexto bipolar de la hegemonía céntrica y la dependencia periférica, el comportamiento conjunto de la economía y la información como elementos inoculados de manera casi indisoluble en las redefiniciones formuladas por el capitalismo tardío en su estrategia de dominio mundial, pues



la operatividad actual de las estructuras y los mecanismos internacionales de la información, con las novedosas tecnologías incorporadas en el modelo unidireccional de los medios masivos de comunicación, constituye un factor que estimula notablemente los móviles materiales e ideológicos de las economías ubicadas en el polo capitalista dominante” (19).

1) El proyecto para alcanzar la situación objetivo del problema

En este sentido se propone:

1.- La elaboración de un proyecto que parta del diagnóstico de la situación problema: la introducción de las nuevas tecnologías en una formación social concreta, en un tiempo histórico determinado. El análisis normativo del deber ser de la situación actual, nos permitirá la formulación de obstáculos que revelará el mis o diagnóstico a nivel macro y la remoción de ellos a través de estrategias para la acción política, como desafío político ante la innovación y como estrategia política para el cambio a nivel cualitativo y en un nivel microsocial que privilegie la legitimidad sociocultural original. Para Mattelart y Stourdze “Las nuevas tecnologías no están solamente en el centro de un envite industrial: se encuentran en el centro de la estrategia de recomposiciones sociales; recomposiciones de las relaciones entre sociedad civil y sociedad política, poder central y poder local, productores y consumidores, patronos y asalariados, formadores y formados, competentes y ejecutores...” (20).

Hay que deshechar en este proyecto el anhelo en reconocer a la introducción de las nuevas tecnologías la capacidad de respuesta nueva a viejos problemas, para poder emplazarla y reaprovecharla adaptándola a la transformación de nuestras necesidades, de lo contrario se posesionará como un “...instrumento de disolución cultural y desaparición de toda autonomía individual” (21).

En este proyecto habrá pues que comenzar cambiando la naturaleza del problema: la introducción aséptica de las nuevas tecnologías. Se deberá, así mismo, atender el problema auténtico: la transformación social y cultural que se origina con el tránsito de una sociedad mecanizada semi-industrial a una sociedad electrónica, desplanificada y en crisis.

2) Las estrategias imperantes para la acción posible

A tal fin, se propone:

- 1.- Captar y usar los nuevos avances para hacer equivalente las desventajas en el “nuevo orden” informativo exigiendo un tratamiento preferencial para América Latina.
- 2.- Lograr una cooperación horizontal y fijación de políticas nacionales claras, coherentes y públicas que incorporen los intereses estratégicos de toda la sociedad.
- 3.- Desarrollar la capacidad de evaluación y predicción científica y tecnológica, analizando la ciencia y la tecnología como producto social.
- 4.- Una investigación sobre la demanda social y las repercusiones posibles en el campo sociocultural y en el campo de intereses de especialización alterna.
- 5.- Afianzar un proyecto para la formación y enseñanza de la comunicación polivalente, politécnica con criterio científico y una formación crítica y creadora.
- 6.- Una ordenación de la comunicación producida por los mismos sujetos participantes que toman decisiones, en relación a las técnicas nuevas de comunicación.
- 7.- Transformar los grandes medios informativos nacionales en centros estratégicos de exploración, imaginación y confrontación permanente.

8.- Desmistificar la racionalidad técnica-electrónica y entenderla como una estructura análoga a la estructura del lenguaje humano en tanto recomposición "fragmentada" de códigos lógico-formales.

9.- Reevaluar, frente a la tecnología, los cambios que se producirán en el hombre, las instituciones, la familia, la educación, el trabajo, el Estado y en su relación con los otros.

3) Las fuerzas sociales y su objetivo

El motor de este cambio deberán ser el conjunto de fuerzas sociales que aumentan con el desarrollo científico, técnico, político, consciente y crítico, para evitar el refuerzo de los poderes locales, regionales y centrales de la tecnocracia en la formación económico-social de la cual forma parte.

Los objetivos y metas terminales de las fuerzas sociales que encaminen el proyecto serán:

1.- Emerger como conscientes colectivos con una modalidad auténtica en la toma de decisiones.

2.- Alcanzar una "...sociedad en la que la libre expansión de cada uno sea la condición de la libre expansión de todos". (22)

3.- Un cambio de estructuras que tienda a instaurar la autogestión para que todos los hombres tengan poder de autodeterminación de sus fines.

4.- Un cambio en las conciencias para la lucha por no recibir las aspiraciones desde fuera, es decir, "...un conjunto de batallas de manera dialéctica donde se procesan las condiciones objetivas como obras del hombre, proyectos humanos realizados históricamente transformables y superables y la conciencia sea acto y proyecto". (23)

La perspectiva de las fuerzas sociales en América Latina es: conformar sistemas de autogestión, autoafirmación colectiva y autoexpresión creadora como fundamento de participación real, acción política y transformación estratégica de la tecnología moderna, donde los sujetos sociales y aparato social todo pueda enfrentar el embate de las nuevas tecnologías como nuevo lenguaje de la dominación y frente a los esquemas que buscan alterar la composición social favoreciendo la ideología tecnocrática.

La situación objetivo del plan se alcanzará mediante el diseño y planificación de una alternativa tecnológica que comprenda los instrumentos, máquinas y técnicas que representen y garanticen un modo de producción social sin opresión, manipulación y explotación.

Alcanzar esta situación "ideal" pasa por también impulsar, en primer lugar, las iniciativas institucionales que ya se encuentran en funcionamiento como el sistema de orientación e información: teletexto de aplicación pública instalado utilizando el sistema canadiense Telidón. Estos terminales ofrecen información relacionada con la administración del Estado y deben extender su servicio a toda la región.

Así mismo, estudiar la factibilidad de poner en órbita un satélite doméstico, el cual fue anunciado por Brasil y Venezuela para el año 1985, sin una política industrial comunicacional y electrónica que incluya la producción propia de satélites que disminuya la dependencia norteamericana-francesa.

En tercer término, apoyar al Comité de Información de las Naciones Unidas que ha acordado respaldar una iniciativa de los países andinos para lanzar un satélite regional de telecomunicaciones facilitando la financiación de los organismos internacionales. El proyecto Condor compromete además los esfuerzos de los países que forman el Pacto Andino y estará en funcionamiento al término de esta década.

Por último, reforzamiento de los lineamientos propuestos en las conferencias

sobre Estrategia y Políticas en Informática (SPIN), donde se discuten los problemas que la comunidad internacional debe afrontar, con el fin de replantearse el papel de la informática de manera global.

Estas operaciones y muchas otras que habrán que incorporarse forman parte de la cadena situacional que hay que recorrer para remover los obstáculos que impiden el desarrollo de los países del Tercer Mundo hasta alcanzar una situación objetiva. "El éxito o fracaso dependen en gran parte de la capacidad de haber sabido introducir y adaptar a las realidades culturales concretas la tecnología adecuada... atendiendo a la existencia de una fuerte correlación entre el nivel de informatización de un país y el de su desarrollo" (24).

NOTAS

1. MANACORDA, Paola M.: *El ordenador del capital*, (Madrid, 1982), p. 45.
2. *Ibid.*, 19.
3. *Ibid.*, p. 44.
4. SALINAS BASCUR, Raquel: "Nuevas tecnologías de información y desequilibrio de poder mundial", *Comunicación y cultura* No. 11, (México, 1984), p. 33.
5. SCHILLER, Herbert. *El poder informático*, (México, 1983), p. 34.
6. *Ibid.*, p. 12.
7. MATTELART, Armand y SCHMUCLER, Héctor. *América Latina en la encrucijada telemática*, (Buenos Aires, 1983), p. 20.
8. *Ibid.*, p. 25.
9. SCHILLER, Herbert. *Op. Cit.*, 51.
10. MALAVE MATA, Héctor: "La economía y la informática se juntan en el ámbito del desarrollo mundial", *El Diario de Caracas*, (Caracas, 1983).
11. SUTZ, J. *América Latina en la encrucijada telemática*. (Buenos Aires, 1983), p. 38.
12. MATTELART, Armand y SCHMUCLER, Héctor. *Op. Cit.*, p. 64.
13. *Ibid.*, p. 64.
14. GIORDANI, G. *América Latina en la encrucijada telemática*, (Buenos Aires, 1983), p. 38.
15. TIRADO, Getulio. *América Latina en la encrucijada telemática*, (Buenos Aires, 1983), p. 39.
16. DE LA CRUZ, Rafael. *América Latina en la encrucijada telemática*, (Buenos Aires, 1983), p. 97.
17. MATTELART, Armand y SCHUMECLER, Héctor. *Op. Cit.*, p. 16.
18. AMADOU-MATHAT M BOW. *América Latina en la encrucijada telemática*, (Buenos Aires, 1983), p. 13.
19. MALAVE MATA, Héctor. *Op. Cit.*
20. MATTELART, M. y STOURDZE. *Tecnología cultural y comunicación*, (Barcelona, 1984), p. 155.
21. DELAPIERRE, Michel y ZIMMERMANN, Jean B. "El Tercer Mundo y la informática: de la técnica a las opciones políticas", *Comunicación*, No. 46 (Caracas, 1985), p. 49.
22. GARAUDY, Roger: *La alternativa*, (Madrid, 1977), p. 23.
23. *Ibid.*, p. 103.
24. "Estrategias y políticas para la Informática", *Comunicación*, No. 46 (Caracas, 1985), p. 39.

10 AÑOS

comunicación

ESTUDIOS VENEZOLANOS DE COMUNICACION
PERSPECTIVA CRITICA Y ALTERNATIVA

LA AUTOIMAGEN NACIONAL DE LOS VENEZOLANOS

MARITZA MONTERO

INTRODUCCION

Este aspecto de nuestro estudio se refiere al producto de la investigación en dos disciplinas que convergen para describir dos perspectivas de un mismo fenómeno. Partiendo del campo de la sociopsicología y con un enfoque individual y de pequeño grupo, se habla de actitudes, de autopercepción, de creencias, de valores y de estereotipos. Viniendo de la sociología y de la historia, el fenómeno es enfocado como parte del estudio de ciertas instituciones sociales y como ubicado dentro del campo de la ideología. La unión de ambos enfoques nos ha llevado a plantearlo no sólo en lo que de mecanismos individuales y grupales estén presentes en él, sino en su devenir histórico, en un intento de trazar los orígenes de una conducta que afecta a las instituciones, que implica una ideología subyacente y de la cual es expresión, y que significa el mantenimiento de un cierto sistema o estado de cosas, y un modo de aprehender la realidad y de relacionarse con ella. Trataremos, pues, de una forma de manifestación de la identidad nacional, referida concretamente a Venezuela y que se investiga a través de dos líneas convergentes: lo que la gente, el pueblo venezolano, cree que es ser venezolano, su auto-calificación y descripción y lo que tradicionalmente los venezolanos que intentaban definir esa nacionalidad, por motivos científicos a veces, y políticos las más de ellas, escribían para

explicar ciertas circunstancias o para plantear ciertos cambios sociales o justificar su ausencia. Entre la actual concepción popular y la que proporcionan los ensayistas políticos, sociológicos y científicos sociales en general, desde finales del siglo pasado hasta hoy, hay no sólo una línea de continuidad, mantenida con sorprendente constancia, sino además, pensamos, un nexo de causalidad.

¿Por qué plantearnos estos dos enfoques simultáneamente? Por una parte, investigar el problema haciendo un corte en la sociedad venezolana actual, si bien puede suministrar importantes datos sobre la situación en un momento dado, al mismo tiempo significa desligar parcialmente al problema de su devenir. Entonces, si bien es necesario conocer cuál es la concepción que los individuos tienen de sí mismos como grupo, lo cual equivale a buscar una relación entre la concepción política del pueblo y su autoimagen o autopercepción, también es necesario conocer cuáles son las raíces de esta concepción y si ella es producto de una situación momentánea o se ha desarrollado gradualmente, si tiene o no antecedentes o contrasta con las concepciones del pasado. Por otra parte, la posibilidad de que la visión dada por políticos y sociólogos sea más el producto de teorías y concepciones en boga en ciertos momentos históricos, o bien que esté influida por las corrientes del pensamiento predominante dentro y fuera del país estudiado, o, no menos impor-

(*) *Este capítulo extraído, con permiso de su autora, del libro Ideología, Aliena-ción e Identidad Nacional. Ediciones de la Biblioteca de la Universidad Central de Venezuela (EBUC), Caracas 1984, nos presenta una visión acerca de la acul-turación neocolonizadora desde la perspectiva sico-social.*

tante aún, que responda principalmente a la conveniencia o a los planes de determinadas facciones en busca del poder o deseos de mantenerse en él, es un factor que esta confrontación entre pasado y presente puede dilucidar.

El camino para lograr la visión presente y conocer así la dimensión actual de problema, empíricamente, precisa la consulta directa de los sujetos del mismo. La psicología social nos suministra los instrumentos y la metodología para lograr este fin. En efecto, a partir de la década de 1970, psicólogos venezolanos comienzan a hacerse eco de una pregunta que recurrentemente, con mayor o menor precisión según los casos, aparece en la literatura sociopolítica venezolana desde el comienzo mismo de la República: ¿quién es ese sujeto al cual hasta ese momento se habían estado aplicando baterías de tests y sobre el que se derramaba toda suerte de teorías psicológicas y sociales para explicar su conducta e influir sobre ella? Se venía cuestionando ya la aplicación de los instrumentos que, contruidos para culturas y sociedades diferentes, producían resultados incoherente, muchas veces con escasa o ninguna relación respecto de la realidad y la población estudiada. Las contradicciones entre las pruebas de inteligencia, de aptitudes y de resistencia y las acciones que debían corresponder con sus resultados, llamaban continuamente la atención sobre el problema. Al mismo tiempo aparecía cada vez con más urgencia, la noción de que es necesario conocer (describir y predecir), la conducta de los actores de un cambio social, que se venía predicando desde hacía casi dos décadas atrás. La psicología social venezolana adquiere así conciencia de su rol social en una sociedad específica.

Analizaremos aquí, los trabajos realizados durante diez años de psicología social venezolana, tendientes a señalar cuáles son las actitudes, valores y percepción que tienen los venezolanos sobre su país y sobre sí mismos en tanto que tales. La base teórica de estos trabajos nos liga a las teorías cognitivas, entre otras a la teoría del aprendizaje social, las cuales suponen que entre la información proveniente del medio, es decir, los estímulos externos y las respuestas que los individuos dan a ellos, existe un procesamiento individual, influido por el grupo y transformado subjetivamente, que actúa a la vez como mediador y como estimulación interna. Este procesamiento mediador se expresará a través de creencias, de valores y actitudes, de estereotipos, representaciones y expectativas, y necesariamente incluye los mecanismos psicológi-

cos de la ideología. La relación estímulo-respuesta, de carácter esencialmente simplista, se ve transformada así por lo que se ha llamado variables intervinientes y que involucran la dinámica entre los factores internos inherentes al individuo (y a su historia, al efecto de sus experiencias, sus capacidades y limitaciones), y al impacto de los estímulos externos más su transformación (asimilación y acomodación en términos piagetianos).

UN ESTUDIO PRECURSOR: LOS LATINOAMERICANOS FRENTE A OTRAS NACIONALIDADES

El primer intento realizado, aparece en 1968, cuando Constancio De Castro Aguirre realizó una mediación de varios estereotipos nacionales. Es de interés señalar, que en este trabajo todavía no se separa el concepto de venezolano del de latinoamericano, observación que hacemos pues si bien la idea de una América Latina constituida por repúblicas hermanas y unidas por una igualdad de valores, cultura e intereses, aparece una y otra vez en el continente, esa integración nunca ha podido ser llevada a cabo y ambos hechos (semejanzas y diferencias), son motivo de una abundante literatura. La metodología, que podemos calificar de "transplante", pues sigue en cuanto a su diseño, un modelo realizado en el exterior, consistió en el uso del diferencial semántico como instrumento de recolección de datos y luego, para su interpretación, la aplicación de una análisis factorial y el cálculo de los índices de distancia, admiración, simpatía y pregnancia. En este trabajo De Castro comparó las siguientes nacionalidades: españoles, italianos, africanos, portugueses, chinos, franceses, judíos, alemanes, ingleses y norteamericanos (los africanos, al igual que los latinoamericanos son agrupados indiferenciadamente).

Los resultados fueron los siguientes:

(Ver cuadro en la página siguiente)

Como vemos, los latinoamericanos caen en el mismo grupo que italianos, españoles y portugueses, con los cuales por colonización e inmigración, están muy relacionados. Sus atributos, ser habladores y religiosos, los contraponen a otras nacionalidades que aparecen caracterizadas por la acción. Por ejemplo, alemanes, rusos, norteamericanos, judíos e ingleses, quienes son considerados como científicos, ambiciosos, materialistas, tenaces, metódicos, prácticos y trabajadores. Obsérvese que estas son cualidades con las cuales una vasta literatura sociopsicológica, identifica el proceso de moderniza-

Factores	Nacionalidad	Atributos
I	Alemanes, judíos, rusos, norteamericanos.	Científicos, ambiciosos, materialistas, tenaces, trabajadores.
II	Chinos, judíos, africanos, rusos.	Astutos, desconfiados, supersticiosos.
III	Españoles, italianos, latinoamericanos, portugueses.	habladores, religiosos.
IV	Ingleses, norteamericanos.	Metódicos, prácticos, ambiciosos.
V	Franceses, italianos.	Frívolos, corteses, artísticos, sensuales.

ción (cf. Mc Clelland, Alex Inkeless, Joseph Kahl, Daniel Lerner, entre otros).

Aún cuando De Castro se limita a hacer un trabajo descriptivo y no va más allá en el análisis, que la mera yuxtaposición de los datos, el contraste entre ellos es particularmente interesante. Estos resultados, por generales que sean, no cayeron en saco roto, ni tampoco provenían de una curiosidad aislada. Con todas sus limitaciones, esta investigación responde a una necesidad sentida no sólo académicamente, sino en todo el ámbito nacional, donde las exigencias de saber a quién se dirigen los programas de desarrollo eran y son cada vez más urgentes.

EN BUSCA DE LOS VENEZOLANOS. LOS ESTUDIOS SOBRE NACIONALISMO

Dos años después, en 1970, José M. Salazar, usando la metodología diseñada por Katz y Braly en 1933, estudió una muestra de 67 estudiantes universitarios, en los cuales midió el autostereotipo, es decir, la caracterización que hacían de los venezolanos comparándolos con dos heterostereotipos: italianos y norteamericanos. Los atributos que se adjudicaron con mayor frecuencia a cada uno de ellos fueron los siguientes (entre paréntesis los porcentajes de adjudicación):

Venezolanos	Italianos	Norteamericanos
Flojos (55)	Trabajadores (73)	Prácticos (63)
Apasionados (49)	Musicales (45)	Científicos (54)
Generosos (45)	Apasionados (33)	Inteligentes (42)
Temperamentales (40)	Avaros (33)	Materialistas (36)
Impulsivos (39)	Temperamentales (31)	Ambiciosos (34)

Fuente: Salazar (1970).

Salazar calculó, además, un índice de evaluación, de acuerdo con el cual pudo ordenar los estereotipos según el grado de favorabilidad. Los resultados señalan que el índice de favorabilidad más alto fue atribuido a los norteamericanos (4.09), luego a los italianos (1.43) y en último lugar, con una muy baja calificación (0.20), fueron colocados los venezolanos. Esto lo llevó a considerar que existe un sentimiento negativo respecto de sí mismos en los sujetos de la investigación (todos venezolanos) que denominó "minusvalía nacional" y que retomó en posteriores investigaciones, como objeto de estudio. De ello hablaremos más adelante.

A este trabajo siguió otro publicado por Eduardo Santoro en 1975, en el cual se hacía una evaluación de diversos estereotipos nacionales y los atributos a ellos adjudicados, en una muestra de habitantes de zonas marginales de

la ciudad de Caracas. Santoro, siguiendo un procedimiento inspirado en el que usaron Katz y Braly en su conocido trabajo sobre estereotipos (1933), aplicó la siguiente metodología a 68 individuos: En primer lugar obtuvo una lista de 37 adjetivos que fueron generados por un grupo equivalente al de la muestra. Igualmente fueron seleccionadas ocho nacionalidades. Los sujetos de la investigación debían indicar cuáles rasgos atribuían a cada nacionalidad, teniendo la posibilidad de dejar en blanco en el caso de no conocer uno de esos grupos nacionales. Las nacionalidades fueron seleccionadas arbitrariamente, lo que como veremos ocasionó graves problemas a la investigación, pues el criterio del investigador de incluir grupos polarizados en función de sus características políticas, económicas o sociales, resultó en un sesgo típicamente intelectual que afectó los datos.

En efecto, la nacionalidad que obviamente obtuvo mayor número de respuestas fue la venezolana, en tanto que la vietnamita tuvo la menor frecuencia. Esto significa que, a pesar del impacto de la guerra de Vietnam y toda su publicidad, para estos marginales ello no parecía tener la misma importancia que para un profesor universitario y sus alumnos. Igualmente, Santoro obtuvo en sus resultados un mayor empleo de adjetivos positivos que de negativos, lo cual no sólo contradice todas las investigaciones anteriores y posteriores, sino que además él interpretó como un efecto de la deseabilidad social, aquiescencia o lo que se ha llamado el "efecto Pollyanna", es decir, la necesidad de aparentar un bienestar socialmente aceptado. Solamente dos sujetos dejaron aspectos en blanco, por no conocer algunas de las nacionalidades. Cabría pensar que el mismo efecto de aquiescencia estuviese ocultando manifestaciones de ignorancia.

Basándose en una consideración evaluativa de los adjetivos hecha por él mismo, otro problema de la investigación, ya que no se indagó la evaluación de los sujetos, Santoro encuentra que, en general, todos los estereotipos, incluyendo el venezolano, son positivos, aún cuando los heteroestereotipos son menos uniformes que el autoestereotipo. La excepción, y es éste a nuestro modo de ver, el dato más importante de esta investigación, se da para el estereotipo norteamericano, el cual es considerado como fundamentalmente comerciante (52 por ciento), inteligente (65 por ciento), fuerte (56 por ciento), responsable (51 por ciento), trabajador (57 por ciento). (Hemos tomado los adjetivos con una frecuencia mayor del 50 por ciento), obteniendo las menores frecuencias para los siguientes atributos: flojo (perezoso) (0 por ciento), débil (3 por ciento) y sucio (6 por ciento). El venezolano es considerado como alegre (61 por ciento), bueno (59 por ciento), amable (56 por ciento), trabajador (57 por ciento), fuerte (53 por ciento) y sufrido (51 por ciento), obteniendo las menores frecuencias en los adjetivos estafador (9 por ciento) y antipático (11 por ciento). Evidentemente la imagen presentada no es negativa, sin embargo, al compararla con el estereotipo norteamericano ciertos contrastes saltan a la vista. Los atributos del venezolano lo presentan como una persona gentil, simpática, que es fuerte y trabaja, pero que además tiene un rasgo de aguante, es decir, la capacidad de sobrellevar sus infortunios, de soportar la adversidad, en la cual obtiene el más alto porcentaje. Al mismo tiempo, los atributos que signifi-

can acción, actividad (trabajador, comerciante) y la posibilidad intelectual de la creación (inteligencia), le son adjudicados en menor frecuencia que a nacionalidades tales como la norteamericana, la alemana o la rusa. Igualmente es considerado más perezoso que todos los demás grupos en comparación, si bien la frecuencia es de sólo 27 por ciento. Por lo tanto, a pesar de las dificultades que el diseño implicó, los datos son bastante reveladores. La única nacionalidad externa verdaderamente clara para el grupo estudiado es la norteamericana, y por contraposición con la venezolana, está signada por la acción, si bien parece menos amable.

Igualmente en 1975, José M. Salazar y Gerardo Marín publicaban una investigación en la cual se comparaban muestras venezolanas y colombianas, respecto de la autoimagen y la imagen de la otra nacionalidad, respectivamente. Su hipótesis partía de otra, formulada por Bronfenbrenner en 1961, en relación con las imágenes mutuas de grupos en conflicto (Colombia y Venezuela siendo países limítrofes tienen ciertas áreas de fricción: disputas territoriales; trabajadores colombianos indocumentados en Venezuela; contrabando). La hipótesis consistió en la suposición de que los estereotipos de ambos grupos revelarían autoimágenes similares y positivas, en tanto que las heteroimágenes, serían similares pero negativas. Esto es lo que se llama "imagen en espejo", y está ligada al problema del etnocentrismo. La investigación se llevó a cabo simultáneamente en Caracas y Bogotá, siguiéndose exactamente el mismo procedimiento en ambos lugares y con muestras semejantes. Los sujetos caracterizaban a ambos grupos de dos maneras: libremente, y a través de un diferencial semántico con cinco escalas (antipático-simpático, bueno-malo, indeseable-deseable, afortunado-desafortunado, querido-odiado). Además de las nacionalidades venezolanas y colombiana, se incluyeron la mexicana, brasileña, argentina, ecuatoriana y peruana. De esta manera se hacía menos obvia la comparación.

Los resultados fueron los siguientes: Los colombianos dieron evaluaciones que tendían a ser positivas, excepto respecto de los venezolanos, para los cuales se obtuvieron las medidas más bajas de todas las nacionalidades comparadas, mientras que se otorgaron las más altas a ellos mismos y luego a los mexicanos. En el grupo venezolano ocurrió exactamente lo mismo: los colombianos obtuvieron la evaluación más baja, y los venezolanos seguidos de los brasileños, las más altas. Al aplicar el test de Kolmo-

gorov-Smirnov, se encontró que las evaluaciones en espejo eran similares, si bien había una ligera tendencia en los colombianos a considerarse a sí mismos como "buenos" con mayor frecuencia, en tanto que los venezolanos hacían lo mismo respecto del atributo "querido". La escala afortunado-desafortunado, fue eliminada debido a su baja correlación con otras escalas. Las tablas que siguen muestran las autoimágenes de ambos grupos:

AUTOIMAGENES				
Imagen	Venezolanos		Colombianos	
	+	-	+	-
Simpático	86	6	87	6
Bueno	65	9	77	6
Deseable	72	7	71	12
Querido	77	4	62	12

Fuente: Salazar y Marín, 1975.

Las heteroimágenes se muestran a continuación:

HÉTEROIMAGENES				
Imagen	Venezolanos vistos por colombianos		Colombianos vistos por venezolanos	
	+	-	+	-
	Simpático	37	53	40
Bueno	36	47	27	44
Deseable	28	53	24	53
Querido	22	54	22	40

En cuanto a las autoimágenes obtenidas libremente, en ellas vemos que los venezolanos se consideran a sí mismos como perezosos (44 por ciento), simpáticos (34 por ciento), alegres (39 por ciento), buenos (19 por ciento), irresponsables (18 por ciento), amables (14 por ciento) y machistas (13 por ciento). A su vez, los colombianos se atribuyeron los siguientes rasgos: perezosos (38 por ciento), alegres (29 por ciento), simpáticos (22 por ciento), amables (17 por ciento), inteligentes (12 por ciento), trabajadores (12 por ciento) y buenos (12 por ciento). Las imágenes mutuas coinciden en que ambos grupos se consideran el uno al otro como alegres y antipáticos, pero aunque venezolanos y colombianos se consideren mutuamente de

manera negativa, los contenidos cambian, lo cual indica que la hipótesis se cumple totalmente para las autoimágenes, pero sólo de manera relativa para las heteroimágenes.

Respecto de nuestra problemática nos interesa señalar aquí, como en las imágenes de los venezolanos (también en la de los colombianos), hay ciertos rasgos negativos, que coinciden con el comportamiento que llamamos de la dependencia. Nos referimos a la pereza y a la irresponsabilidad. El primero de ellos obtiene el porcentaje más alto, el segundo aparece ya en el trabajo de Santoro con un 25 por ciento, la calificación más alta para todos los grupos estudiantiles.

Este trabajo fue seguido por otro, realizado también por Salazar, presentado en 1976, en el cual se trataba el tema del nacionalismo y las preferencias electorales. La variable fundamental era la actitud nacionalista, medida en 277 personas, clasificadas según sus preferencias políticas durante el proceso electoral de 1973. Se exploraron en esta investigación las siguientes dimensiones: afectividad hacia el país, afectividad hacia la nación y afectividad hacia el Estado. En el primer caso el indicador eran las Bellezas Naturales de Venezuela, en el segundo los conceptos de Libertador, Bandera Nacional, Patria y Venezolanos, y en el tercero, los de Policía, Congreso Nacional, Ejército y Presidente de la República. Aparte de esto se medía también lo que se llamó nacionalismo instrumental que estaba referido a metas o situaciones favorables al desarrollo o expansión nacional, a los candidatos electorales y a la intención electoral (voto).

Los resultados obtenidos señalaron que no había diferencias consistentes entre los grupos según preferencias electorales, y la afectividad hacia el país, si bien quienes mostraban preferencia por el candidato socialista dieron respuestas en las cuales había menos afectividad hacia los conceptos relacionados con el Estado. Tampoco había diferencia significativa entre los grupos (socialistas, demócratacristianos y "adecos" o socialdemócratas), y el grado de afectividad nacionalista. Salazar encuentra, no obstante, mayor acuerdo en las expectativas referentes al candidato socialista. La conclusión más importante para nuestro trabajo, es que el grado de nacionalismo existente es equivalente para todo el grupo estudiado, independientemente de sus tendencias políticas, pues como lo demuestra esta investigación, el único aspecto afectado es el relativo a la afectividad hacia el Estado. Más aún, como dice el autor: "...el percibir

al candidato socialista como instrumental no hace que se le escoja o manifieste una intención conductual hacia él..." (p. 17). Los resultados y esta conclusión revelan que, por lo menos en cuanto a decisión, no había en ese momento (1973), como en efecto lo demostraron los resultados electorales, intención de cambiar. Si bien el candidato socialista se presentaba como en una oposición a los candidatos tradicionales, que ofrecía cambios sociales, ello no produjo en la población estudiada una tendencia a modificar o alterar un estado de cosas existentes.

En definitiva, en esta investigación se encuentra que no hay diferencia en la muestra estudiada, ni hacia la gente (venezolanos), ni hacia el país (Venezuela). Ambos son considerados uniformemente insatisfactorios.

Estos hallazgos sobre el nacionalismo de los venezolanos suscitaron una serie de preguntas, entre ellas una acerca de cómo una experiencia en el exterior, en contacto con otros países, otros sistemas políticos y otras nacionalidades, afectaría el objeto de estudio. Por ello se realizó una investigación (Salazar), en la cual se comparaban 37 becarios venezolanos, que habían realizado estudios de doctorado y maestrías, fuera de Venezuela (PhD, MSc, MPhil), con individuos que nunca habían salido del país. Los resultados fueron abrumadores: el 100 por ciento de los becarios en el extranjero, al ser evaluados sus actitudes tanto hacia las personas (nacionales), cuanto hacia los países, mostraron una alta apreciación de Estados Unidos, Francia e Inglaterra, lugares donde habían estudiado, acompañada de una minusvaloración de Venezuela. Ese sentimiento de **minusvalía nacional** que antes mencionamos. Podría pensarse que ello se debería al impacto con formas de vida y tecnologías diferentes, con estilos cotidianos que ejercieran una gran atracción sobre las personas recién llegadas a ellos, y aún con el número y calidad de los integrantes del grupo (37 personas, todas con un alto nivel de estudios académicos). Pero el caso es que, en 78 individuos, igualmente estudiantes de alto nivel, que nunca había salido del país a vivir fuera de él, se encontró que el 97 por ciento consideraba que alguno de los tres países comparados (Estados Unidos, Inglaterra o Francia), era mejor que Venezuela. Nuevamente la depreciación y minusvalía nacional. La conclusión que se deriva de tales resultados es que, obviamente, nos hallamos, como dice Salazar, ante "un fenómeno de índole ideológico-cultural".

Por ello, Salazar* emprendió una nueva investigación, esta vez con una muestra repre-

sentativa constante de 600 sujetos, elegidos al azar en la ciudad de Caracas, lo cual permitiría superar las limitaciones y deformaciones inherentes a las muestras universitarias. Para la elección de la muestra se tomó en cuenta tanto una zonificación de la ciudad, cuanto el nivel socio-económico, así como la edad y el sexo. En definitiva, 569 individuos respondieron un cuestionario construido **ad hoc**, destinado a evaluar ciertos países y a sus nacionales. Vista la experiencia de Santoro, la selección de países se realizó en base a una prueba previa de preguntas abiertas, de la cual se extrajeron aquellos países que aparecían más sobresalientes en la percepción de los sujetos (aparecían con más frecuencia). Esos países fueron Inglaterra, Estados Unidos, España, Argentina y Colombia.

Otro tanto se hizo con las características a través de las cuales se iba a evaluar países y gentes. Primero se realizó una prueba de preguntas abiertas, luego se aplicó un análisis factorial. De allí se sacaron ocho características de países y ocho características de personas. Las primeras fueron:

- Organizado
- Sin libertad
- Con muchas bellezas naturales
- Democrático
- Atrasado
- Inculto
- Rico
- Donde se cumplen las leyes.

En cuanto a las características de los individuos, las seleccionadas fueron:

- Ahorrativo
- Hospitalario
- Inteligente
- Alegre
- Explotador
- Tracalero
- Irresponsable
- Flojo.

Respecto de uno y otro grupo de características, los sujetos debían adjudicarlas a países o a gentes, en una escala de 7 puntos (de + 3 a - 3), y además debían decir cuán verdadero o cuán falso era que cada una de ellas estuviese relacionada con el país o grupo nacional específicos. Estas no fueron las únicas mediciones, además se incluyeron otras medidas de actitud, utilizando escalas bipolares (me gusta-no me gusta, para países y simpático-antipático, para grupos nacionales).

Los resultados de este estudio, en el cual Salazar trató de obtener la máxima confiabilidad y validez, confirman en términos de una

población lo que, de manera parcial y restringida, venían señalando los estudios anteriormente presentados. Así el 84 por ciento de los sujetos valora más positivamente a los Estados Unidos de Norteamérica, que a Venezuela. 59 por ciento prefiere a Inglaterra y 53 por ciento a España, al hacer la comparación. El orden sólo se invierte al considerar los dos países de América Latina incluídos. 52 por ciento prefiere a Venezuela sobre Argentina y, confirmando los hallazgos del estudio sobre la imagen en espejo, 67 por ciento prefiere a Venezuela respecto de Colombia. Al valorar países, los venezolanos consideran que el parangón de la bondad lo establece Norteamérica, pues de allí viene todo lo bueno. A su propio país, los venezolanos reconocen que tiene bellezas naturales, que es bastante rico, bastante democrático y libre (no del todo democrático y libre, pero sí evidentemente, mucho más que Argentina, a lo cual se debe la preferencia, ya que para los venezolanos la democracia es un atributo altamente positivo), y además, lo consideran como un país bastante atrasado y donde no se respetan las leyes, en lo cual sólo es superado por Colombia.

Respecto a qué ocurre con la evaluación de grupos nacionales, esto es, de las personas de cada país, es necesario indicar primero cuál es la valoración que se dio a los atributos seleccionados, en abstracto. Así, en términos absolutos, y en orden descendente, esos atributos se organizaron de la siguiente manera:

- 1o. Ser responsable.
- 2o. Ser trabajador.
- 3o. Ser honesto.
- 4o. No ser explotador.
- 5o. Ser inteligente.
- 6o. Ser ahorrativo.
- 7o. Ser alegre.
- 8o. Ser hospitalario.

Este ordenamiento indica la jerarquía entre esas cualidades, y de acuerdo a él los venezolanos se perciben a sí mismos como los más irresponsables, perezosos y botarates, amén de ser casi los más deshonestos (sólo, nuevamente, son superados en la atribución de este rasgo negativo, por los colombianos).

Este sombrío cuadro se ilumina un poco al ver que los venezolanos se consideran a sí mismos como los más alegres, hospitalarios, así como no explotadores y bastante inteligentes. El problema es que a nuestro parecer, la imagen de conjunto aumenta la inconsciencia: gente irresponsable, poco dada al trabajo, que vive

alegremente, compartiendo con otros el producto de su inteligencia y deshonestidad. Recuerda esto aquellas imágenes de "alegres salvajes", felices, sensuales, pero de los cuales hay que desconfiar, que dieron en abundancia tantos viajeros europeos en tierras exóticas.

Los norteamericanos, si bien no son tan altamente valorados como su país, no salen mal en la comparación: si bien son los más explotadores, son bastante inteligentes, son los más responsables, trabajadores y casi los más honestos y ahorrativos, aunque también poco alegres (únicamente son superados en tristeza por los ingleses). Esta imagen es desde nuestro punto de vista, igualmente muy interesante, en particular por los contrastes que contiene, tales como la explotación al lado de la honestidad. Algo así como llevar a cabo, escrupulosamente, los negocios de explotar. Al contraponerla a la imagen nacional de los venezolanos, no puede ser más turbadora: frente al *laissez faire* de los venezolanos, frente a una imagen que habla de indolencia y que puede ser traducida en **pasividad**, nos hallamos ante otra que expresa acción, y más aún, que se reviste de todos los atributos necesarios para realizar exitosamente una empresa, una imagen que exuda, por así decirlo, finalismo, intencionalidad y energía encauzada hacia ello.

El panorama general, en cuanto a la consideración de grupos nacionales es el siguiente: en primer lugar los norteamericanos, luego los españoles, luego los ingleses, seguidos de los argentinos (la diferencia entre éstos y venezolanos no es estadísticamente significativa, sin embargo), en penúltimo lugar los venezolanos y en último, los colombianos. Lo cual indica que a veces es bueno tener vecinos conflictivos, porque así, al menos, hay alguien que puede ser considerado peor. Salazar considera que esto es una evidencia de "ideología de la dependencia" y para describir mejor el problema, decidió investigar cuáles eran las valoraciones y creencias que caracterizan a los sujetos con una alta ideología dependiente de los Estados Unidos (él la denomina IDUSA, partiendo de las siglas, por contraposición a los que obtienen una baja calificación en esa ideología, tal como él la midió). Para ello comparó dos grupos de personas, seleccionados entre los de puntuación más alta o más positiva (87) y los de puntuación más baja o más negativa (88), usando pruebas estadísticas (correlación y t.). Las diferencias entre unos y otros radican en que los individuos con una IDUSA alta, consideran que el atraso y la incultura, así como el incumplimiento de las leyes,

son las peores características. Igualmente, dan mayor valor al ser democrático y consideran más negativamente la carencia de libertad. Del resto Salazar no encontró otras diferencias. Pero más aún, entre ambos grupos, respecto de las mencionadas, las diferencias son sólo de énfasis, pues ambos grupos están acordes en valorar de la misma manera esas características.

En cuanto a las creencias, las diferencias son más significativas y pueden resumirse así. Los sujetos altos en IDUSA creen que los Estados Unidos tienen no sólo más de todas las características positivas, sino que, además, tienen menos de todas las características negativas. Por el contrario, Venezuela se cree que es un país muy atrasado, inculto, con mayor incumplimiento de las leyes y menos organizado. Los sujetos con una IDUSA baja, consideran que no es cierto que Venezuela sea un país sin libertad y en cuanto a Estados Unidos, lo perciben de una manera neutra, ni positiva, ni negativamente. De esta misma manera consideran también el atraso, organización, incultura y cumplimiento de las leyes en Venezuela. Entre uno y otro grupo no hubo diferencias en la percepción de la riqueza y belleza de Venezuela.

Estos resultados se ajustan claramente a la ideología que venimos estudiando, de la cual nos parece que son una manifiesta expresión, y que, como se puede ver, penetra diferentes estratos y grupos sociales, no quedando plenamente liberados de ella quienes aparecen con una puntuación baja en IDUSA, pues ésta lo que parece estar significando es simplemente una neutralización ideológica, por así decirlo, que podría estar encubriendo entre otras cosas indiferencia, y que en todo caso no parece indicar una reacción contra tal ideología.

Queiroz de Ramos, en 1980, ratificó estos hallazgos, al estudiar una muestra de 480 estudiantes universitarios, entre los cuales encontró que el 88 por ciento consideraba a los Estados Unidos, Inglaterra, España y Argentina como mejores que Venezuela. Así mismo, un 61 por ciento consideró, al evaluar a los grupos nacionales de esos países, que los mejores eran los ingleses, seguidos por los españoles, los norteamericanos y los argentinos. Nuevamente, como en el trabajo de Salazar citado previamente, la única valoración más negativa que la venezolana es la colombiana. Pero este trabajo no fue una mera réplica del realizado por Salazar, sino que además su autora midió el grado de externalidad o internalidad de los sujetos, usando la escala diseñada por Rotter, según adaptación hecha en Colombia (habría sido preferible utili-

zar la adaptación venezolana hecha en Mérida, en el Laboratorio de Psicología de la Universidad de Los Andes). De manera consistente con la tesis cuyo estudio planteamos, se encontró que los sujetos con más alta puntuación en internalidad, tenían una concepción menos negativa de Colombia, y los sujetos con mayor puntuación en externalidad, mostraban mayor minusvalía nacional. Obsérvese que en estos resultados la diferencia radica, principalmente, en una mejor valoración de Colombia, no de Venezuela. Para su propio país, lo que se evidencia es que la minusvalía aumenta o disminuye, pero siempre está presente.

Y en cuanto a la externalidad, medida esta vez con la adaptación venezolana de la escala de Rotter, revisada para su aplicación específica, en un trabajo de campo que realizáramos en 1980, en Caracas, encontramos que al comparar grupos de nivel socioeconómico alto con grupo de nivel socioeconómico bajo (96 sujetos) no había diferencias significativas entre unos y otros. En dicha investigación se controlaban además las variables sexo, edad y pertenencia o no a movimientos comunitarios participativos. Esto último, porque suponíamos que el grado de participación de un individuo en organizaciones comunitarias, en la medida en que lo coloca en situaciones en las cuales debe controlar el resultado de sus acciones y ser el responsable de su éxito o fracaso, debería, por hipótesis, aumentar su internalidad. Sin embargo, como hemos dicho, no hallamos diferencias significativas en los grupos. Pero si se tiene en cuenta que esa investigación, de carácter exploratorio y preliminar, dista mucho de ser concluyente, es necesario explorar más el campo, controlando mayor número de variables y cerciorándonos que la participación comunitaria sea efectiva.

UN ANALISIS A LA LUZ DE LA PSICOLOGIA DE LA DEPENDENCIA

Como puede verse, diez años de investigaciones (nuestro recuento se limita al Departamento de Psicología Social de la Universidad Central de Venezuela. Sabemos que en Mérida hay estudios al respecto, pero carecemos, hasta el momento, de información suficiente sobre ella), si bien modestas y llenas de tropiezos derivados de las limitaciones que la práctica docente impone al investigador, muestran la firme y consistente presencia de una autoimagen nacional signada por la negación. Resumiendo los datos que tales estudios aportan, los venezolanos se adjudican los siguientes rasgos: perezosos,

temperamentales impulsivos, irresponsables, botarates, desorganizados, incultos e irrespetuosos de las leyes. Esto desde la perspectiva negativa. Desde un punto de vista positivo, la lista se reduce, concretándose a los siguientes adjetivos: generosos, hospitalarios (otra forma de la generosidad), alegres, inteligentes y no explotadores (lo cual es consistente con los dos primeros rasgos). Evidentemente, la balanza se inclina hacia el lado negativo, cuyos atributos están provistos de mayor fuerza y son más abundantes. El aspecto positivo, en realidad, puede reducirse a la inteligencia, la alegría y la generosidad, contrabalanceada negativamente por el despilfarro de los botarates. Características que supondrían la capacidad de los venezolanos para advertir sus limitaciones y... soportarlas alegremente.

Tales datos nos permiten entonces hacer un análisis del cual surge una autopercepción colectiva negativa, basada en una consideración del propio grupo nacional, que es hipercrítica, desvalorizadora y deprimida. Tal consideración resalta más, al ser vista junto a la sobrevaloración que se hace de casi todos los demás países con que se compara a Venezuela, particularmente cuando se ve que la sobrevaloración es mayor de acuerdo con el grado de desarrollo del país comparado. Así, podemos establecer dos órdenes de valoración, una para países desarrollados, otra para los países latinoamericanos, sumidos en esa vaga categoría que se ha denominado "en vías de desarrollo", o simplemente, subdesarrollados.

Tal imagen negativa, si se mira el problema haciendo un corte temporal, parecería no sólo indicar minusvalía nacional, sino quizás responder al mismo tiempo, a un cuestionamiento actual del Ser venezolano. Venezuela es considerada como un bello y rico país, que a pesar de su democracia y libertad, es atrasado, inculto y desorganizado, respecto de otros que surgen, ante los venezolanos, como modelos, no ya de comparación, sino como rectores de la conducta y línea de desarrollo. La evidente disparidad, el fracaso en alcanzar unas metas que continuamente se transforman, aumentando los escalones que llevan a la cima, el hecho de que cumplida una etapa se descubre que ya en el centro de poder se ha avanzado en otras, producen descontento y depresión. Algo falla, alguna causa debe haber para el fracaso, para la no obtención del éxito. Y es aquí donde, de acuerdo con nuestro modelo, interviene la ideología que unos han llamado colonial y otros denominan de la dependencia y del subdesarrollo, y con

ella todos sus mecanismos alienantes. Se revierte sobre el grupo nacional la responsabilidad, se produce una autoculpabilización, que es además reforzada externamente. La causa de las fallas debe entonces buscarse en los individuos, en el grupo nacional, al cual se tipifica negativamente.

El Bloqueo del conocimiento y la ideologización son evidentes, así como los efectos alienantes. Entre los procesos sociales vividos por los venezolanos en sus 174 años de vida republicana y los actores de esos procesos, se produce una ruptura. El único nexo es la negación. Mientras tanto, todo progreso es ignorado o desvalorizado. No se establecen vínculos de causalidad entre el quehacer cotidiano, el sistema político y la transformación que, muchas veces a pesar de él y aún en contra de él, se viene llevando a cabo. Las migraciones internas, el cambio en el modo de producción, la violenta expansión urbana, el acceso al conocimiento sin el concomitante acceso a los mecanismos que lo controlan, el no menos violento proceso de cambio socioeconómico igualmente incontrolado, son factores que determinan la consideración negativa y que distorsionan la percepción, en tanto que son producidos por relaciones de poder marcadas por la desigualdad y que generan una ideología sustentadora de ellas.

Los mecanismos de la ideología y de la alienación, a nuestro modo de ver, son entonces los únicos que permiten explicar la contradicción que revela la imagen descrita. Si no ¿cómo podemos explicar que esa imagen esté caracterizada por la pereza, en un país donde los últimos 40 años se ha batallado continuamente por el establecimiento firme de un sistema democrático de gobierno, por lograr un proceso de industrialización, en una situación mediatizada como es la de dependencia; que de ser predominantemente rural (80 por ciento de la población en el campo, para 1930), ha pasado a ser predominantemente urbano (80 por ciento en las ciudades en 1970)? ¿Cómo ver sólo el incumplimiento de las leyes, en un país que comienza a tener leyes propias apenas en 1873 (Código Penal), y que continuamente observa, examina, renueva sus normas tratando de adecuarlas a una realidad continuamente cambiante? ¿Cómo hablar de indolencia en un país que sólo ahora tiene algo más de 14 millones de habitantes, de los cuales alrededor del 50 por ciento es menor de 15 años? Se ve la incultura, pero se ignora el hecho de que entre 1950 y 1980, la población universitaria pasó de un poco más de diez mil estudiantes en tres universidades, a cerca de

300.000 en más de veinte universidades, la mayoría de ellas mantenidas por el Estado.

Evidentemente, preguntarse cómo somos, quiénes somos, involucra un proceso de análisis de la identidad. Y si hay algunas preguntas recurrentes en el pensamiento venezolano, desde la existencia misma de la República, son esas. Desde los años de la guerra de Independen-

cia hasta ahora, los venezolanos hemos estado intentando responderlas. Como veremos en la investigación psicohistórica, nuevamente predominan las respuestas negativas. La percepción de hoy no es un fenómeno aislado en el tiempo, responde a un proceso de desarrollo, o quizás deberíamos decir más bien, al desarrollo de un proceso de subdesarrollo y dependencia.

LA SOCIEDAD CONTEMPORANEA Y LA MANERA NARCISISTA DE VIVIR

ELOY SILVIO POMENTA

LA "GRAN EDUCADORA"

La formación de la personalidad no se agota en los patrones de crianza y las modalidades de educación. Nos falta analizar la **gran educadora** que es la televisión y sus similares, el cine y otros medios de comunicación de masas. Resulta asombroso cómo los gobiernos se esmeran en planificar y normatizar la educación en las aulas, y sin embargo, no hacen absolutamente nada respecto a la televisión. El niño está apenas seis horas diarias en el aula, el resto del tiempo está viendo televisión, la cual por consiguiente pasa a ocupar un espacio mental mayor que el de la instrucción escolar.

Desde temprana edad el niño es sometido a una verdadera "programación mental" a través de la cual va internalizando falsos valores, aquellos que por supuesto han sido diseñados para la formación y el mantenimiento de la mentalidad consumista que los grandes intereses necesitan para su perpetuación. Estos valores están absolutamente signados por el principio del

placer, la vanidad, la incitación al robo para acceder a lo bienes de consumo, el uso de "sustancias" para ser más hombre o mujer, llevar una vida más excitante, etc. Este problema ha sido bien estudiado por psicólogos, sociólogos y comunicadores, pese a lo cual nada se hace al respecto.

Existe en este sentido una flagrante contradicción o paradoja. Al mismo tiempo que los gobiernos consideran a la TV un poderoso vehículo educativo y aparato manipulativo que influye en la formación de la personalidad, en la identidad y la escala de valores de sus ciudadanos; parecería, por otro lado, como si no les incumbiera. Apenas un escueto reglamento o algunas resoluciones, pero no llegan al fondo del problema.

El problema es de tal magnitud que podríamos considerar a la TV como un fenómeno tan importante en la historia como el descubrimiento del fuego, la rueda o la máquina de vapor. Con el agravante de que estos últimos des-

(*) *Capítulo extraído del libro de Eloy Silvio Pomenta: El Bordeline o la manera narcisista de vivir. Mediciencia Editora, Barcelona, 1985. El capítulo que ofrecemos trata de darnos un enfoque psicoanalítico acerca del impacto del proceso de aculturación que estamos viviendo en los actuales momentos, en donde los medios de difusión están siendo el fundamental agente del hecho.*

cubrimientos o inventos eran exteriores al mundo interno personal, no incidían directamente en la mente individual. La TV no solamente es un personaje que se introduce en la familia, sino que "activa" mentalmente a la gente. Los televidentes silenciosos frente a un aparato de TV durante varias horas al día, están realmente "conectados" con lo que sucede en la pantalla.

El fuego, la rueda, la máquina de vapor constituyeron cambios exteriores en la civilización que, desde luego, terminaron por provocar cambios en las personas. Pero nunca en la historia de la civilización había surgido un descubrimiento o invento que directamente penetrara en la mente humana. No sabemos si los cambios a largo plazo que van a resultar de la TV en sí (independientemente del programa que transmita) como instrumento, han sido completamente estudiados o previstos; pero llevamos más de treinta años de "inducción televisiva" y aún no conocemos qué repercusiones tiene el medio en sí sobre la mente humana.

La tergiversación que puede ocurrir por efectos televisivos puede verse en los siguientes ejemplos: un paciente adolescente obsesionado con los carros preparados y el "pique de cauchos", nos relató cierta vez cómo un amigo le estaba mostrando las eróticas fotografías de una revista pornográfica, y a él, lo que más le llamó la atención fue un aviso con la propaganda de un carro deportivo. Sin que el amigo se diera cuenta arrancó la página y aún la guarda como un afiche en su cuarto, como el sueño supremo de su vida; el auto que le gustaría poseer.

Otro paciente adolescente fue llevado a consulta por sus padres a causa de bajo rendimiento escolar y por el enamoramiento con una joven, que ellos consideraban como obsesivo. Interminables llamadas telefónicas, varias al día, se la pasaba "metido en la casa de ella", no estudiaba, etc. Un día el paciente nos trajo su propia explicación del problema y nos dijo textualmente: "yo creo que agarré esa manía con esa muchacha, porque desde pequeño he soñado con tener determinada marca de auto, pero cuando cumplí los 18 años, mi padre no pudo comprarme el auto que yo deseaba sino uno usado, de segunda mano. Mi frustración fue tan grande que entonces encontré como un consuelo el enamoramiento con esa joven".

Como puede verse, la inversión de valores en la elección de objeto es evidente. Una máquina es preferida y tiene más valor como objeto amoroso que una atractiva joven. Este mismo paciente seguidamente nos confesó, como muchas veces se masturbaba viendo revis-

tas sobre autos deportivos, y mientras veía carreras de automóviles por televisión.

Los programas televisivos contra el consumo de drogas, muchas veces están hechos de tal manera que sólo consiguen despertar más curiosidad (aun en adultos) por el consumo de dichas sustancias. Se dan detalles acerca de sus efectos, modalidades de tráfico, maneras de adquirirlos, etc. Lo mismo puede decirse de programas sobre homosexualidad, liberación femenina, frigidez e impotencia, técnicas sexuales modernas, "punto G", etc. La capacidad distorsionante de estos programas es mayor que sus posibles efectos educativos.

Estos temas deben ser tratados en grupo de orientación, seminarios, talleres. En escuelas, liceos, clínicas, comunidades, etc., y siempre con la orientación calificada de especialistas. La televisión no es sitio para debatir dichos temas. Recuérdese que la teleaudiencia no es homogénea, hay también delante del televisor mentes frágiles, enfermos en ciernes, pre-psicóticos, y también seres con su personalidad en crecimiento, así como psicópatas y perversos; los cuales se verán afectados, o harán otro "uso" del material transmitido.

Se hace por la televisión toda una apología de la riqueza fácil, el robo perfecto, el contrabando ingenioso y la corrupción administrativa sin dejar huellas. Se desarrolla también una verdadera escuela del crimen, en la cual se aprenden todos los trucos y sutilezas técnicas de la delincuencia. Se exalta el ingenio del mal, el crimen organizado y el terrorismo internacional. Ya es un lugar común la trama televisiva de supuestas organizaciones dirigidas por fanáticos paranoicos que pretenden apoderarse del mundo; lo cual es a la vez expresión de la omnipotencia narcisista de la época, y modelo de identificación que es transmitido. Según hemos leído, pronto estará al alcance del público en general la posibilidad de fabricar una bomba atómica. No nos extrañaría si un buen día nos enseñan cómo hacerla por la televisión.

LA "HOLLYWOODIZACION"

Algo similar puede decirse en cuanto al cine. Acostumbramos decir que en las últimas décadas hemos estado sometidos a un proceso de "Hollywoodización", al ponerse el gran cine al servicio de poderosos intereses económicos, ideológicos y políticos. Interesa crear mentes superficiales y banales, más propensas al consumismo y mantenimiento de ciertos arquetipos.

El sexo y la violencia han suplantado al amor y la acción constructiva, por ser "artícu-

los" que se venden más, al igual que la pornografía. El amor es planteado como situación ideal romántica, que por supuesto nunca se consigue en la vida real. La gente entonces se divorcia y continúa tras la quimera. Dos familias consumen más que una. La familia nuclear no conviene, consume menos y es fuente generadora de gratificaciones. La familia dispersa consume más, las personas solitarias y carentes de vínculos afectivos tienden más a buscar en el consumo mismo una compensación por sus necesidades y carencias.

La guerra es continuamente planteada como tema cinematográfico. Es necesario mantener el arquetipo de que la guerra es una actividad normal en la vida humana tal como lo es comer, trabajar o divertirse. La imagen de la guerra debe plantearse cotidianamente a la mente humana, a fin de mantenerla disponible para tal propósito. La imagen de la paz no conviene. Si la imagen de la guerra desapareciera del escenario, entonces ocurriría lo que en términos pavlovianos se denominaría un descondicionamiento por extinción. Los jóvenes ya no obedecerían al grito de guerra.

Los dramas son matizados de humor, de esa manera se algodona la miseria social y las tragedias humanas. Quien haya visto la película "MASH", recordará que se trata de un hospital de campaña en la guerra de Vietnam. Allí, en medio de los cadáveres, la sangre derramada y los cuerpos mutilados, los doctores y las enfermeras viven una orgía permanente de risas, humor y sexo. Así la guerra pierde su negatividad y se transforma en algo deseable: provoca ir a la guerra, es una "gozadera".

Los modelos de identificación que ofrecen tanto la cinematografía como la televisión actuales son completamente aberrantes. Lo que va de ayer a hoy es la diferencia entre Tarzán y James Bond. Tarzán era fuerte, pero falible, derivaba su fuerza de su destreza, su trabajo, agilidad y capacidad de adaptación. James Bond en cambio, es el omnipotente infalible, gracias no a su esfuerzo, sino a la posesión de armas, artefactos y trucos tecnológicos sofisticados; su exhibicionismo narcisista es proverbial, pues anda siempre asediado por las más bellas mujeres. Mazinger y sus autómatas del espacio son la apología y la justificación de la violencia y la destructividad; sus prototipos hechos de plástico e industrializados a gran escala son los juguetes de la actual generación de niños, futuros adolescentes (¿Qué patología les espera?).

Bambi, Dumbo, los enanitos de Blancanieves y otros personajes de Walt Disney que

poplaron nuestra infancia, parecen haber cedido el paso a las truculencias de un nuevo cine para niños en el cual se introducen contenidos abiertamente sexuales, escenas de violencia y destructividad, fenómenos de posesión demoníaca y transformación malevolente. La industria cinematográfica, no satisfecha con vender esa basura a su clientela adulta, intenta ahora explorar un nuevo mercado: los niños.

La película más taquillera de 1984, ha sido "Los cazafantasmas" (Ghostbuster). En ella, por ejemplo, la protagonista, poseída por un impulso sexual irrefrenable, con los ojos rojos y movimientos voluptuosos se revuelca en una cama con uno de los cazafantasmas (que se las da de seductor). Este tiene que huir desparovido para salvarla de una supuesta posesión demoníaca, de la cual también ha sido objeto el tonto del barrio. Densos nubarrones se ciernen sobre la ciudad, generando fluidos electromagnéticos que van a conectarse con otros fluidos de diversos colores provenientes de los fantasmas de todos los muertos que se levantan de sus tumbas. Dichos fluidos van a inducir una cópula electromagnética entre la chica y el tonto, para dar lugar a una destrucción masiva y al advenimiento del dios Zuul. Un antiguo edificio construido a principios de siglo con lo que se descubren ser raras aleaciones de minerales, óptimas para la atracción de fluidos fantasmales y concebidas por un millonario espiritista, cuya marcada devoción por el maléfico dios Zuul lo llevó a construir dicho edificio con el fin de que algún día sirviera de receptor para el retorno del mencionado dios del mal. Media ciudad es destruida ya por la tempestad de rayos demoníacos, y mientras algunos transeúntes y rabinos oran asustados, suben los tres cazafantasmas quienes logran al fin, con sus aparatos de rayos laser, invertir las energías malélicas y liberar a los posesos, salvando así a la humanidad del Apocalipsis.

¡Habrás visto tamaño disparate! Como adultos salimos del cine con una sensación de malestar y desconcierto. Quizás nuestro niño interior quedó contrariado, pues tal vez esperaba ver alguna divertida trama de graciosas incidencias e inofensivas peripecias, al estilo —por ejemplo— del inocente y bien intencionado fantasmita Casper de la televisión de hace veinte años. Notamos que durante la proyección cinematográfica hubo pocas risas. Tan sólo de tiempo en tiempo palmadas cuando se presentaba el conocido tema musical: ¡Ghostbuster! ¡Ghostbuster! El público, en su mayoría niños y adolescentes, parecía también estar "activado"

mentalmente por los fluidos electromagnéticos y maléficis. Si los niños allí presentes se divirtieron con dicha película, deben estar muy enfermos, y los que no lo lograron, han debido internalizar suficiente contaminación cinematográfica como para ser candidatos a futuros demones y aberrados.

Otra película igualmente nefasta y que ha tenido un éxito semejante a la anterior ha sido "Gremlins". Se trata de extraños animales, especies de peluches, a los cuales al entrar en contacto con el agua se les desprenden pequeñas motas que, al crecer, reproducen el original a imagen y semejanza. Pero si son alimentados después de la medianoche, sufren una transformación en suertes de alimañas horribles, grotescas, parecidas a pequeños cododrilos de afilados dientes y ferocidad indescriptible. Los Gremlins se dedican a hacer toda clase de maldades, atropellos, crímenes. Su característica principal es que **sólo se divierten haciendo el mal**, fumando, jugando barajas, bebiendo, comiendo e ingiriendo toda clase de sustancias y porquerías con una voracidad insaciable. Provocan accidentes, explosiones, incendios y llegan a destruir casi totalmente al pueblo donde se desarrolla la acción.

Estos bichos son finalmente exterminados por la luz. Ante los faros y los reflectores luminosos caen abatidos con el mismo sadismo característico de esta clase de cinematografía: imágenes de carne molida y desparramada por una habitación; sopas de tejidos, piel y huesos; esqueléticas figuras convulsivamente agonizantes. Al final, hay un intento de moraleja no convincente: el anciano del barrio chino, de donde provino el primer Gremlin, se lo lleva de vuelta diciendo que los humanos no estamos preparados, no somos suficientemente responsables para tener un Gremlin. Todo esto dicho en forma muy sutil, apenas perceptible, difícil de captar para adultos, menos para niños y adolescentes. Más bien sonó a una intención por parte de los productores de cubrirse las espaldas y justificar el gran despliegue de la más espantosa violencia desatada a lo largo del film.

Y aun cuando la moraleja final hubiera sido bien intencionada, ya el daño estaba hecho. El mensaje había llegado a su destino y es: **sólo el mal puede divertir**. Los niños del mañana ya no se contentarán con pistolitas de agua y autos de choque sino asesinando la verdad, ocasionando accidentes, destruyendo bienes, provocando explosiones.

Las mentes pensantes de la cinematografía que fueron capaces de concebir tales películas, o bien caen en la insensatez, o bien están

psicológicamente tan retorcidas como para hacer negocios millonarios jugando con la salud mental de los niños. Además de los daños a largo plazo, implícitos en los mensajes, patrones de conducta y modelos de identificación transmitidos; están los potenciales riesgos inmediatos a que se expone un niño al presenciar escenas semejantes. Como psiquiatras conocemos la especial fragilidad de niños y adolescentes (y aun muchos adultos) hacia todo lo que tiene que ver con lo sobrenatural, lo paranormal, la magia, el espiritismo, el esoterismo, etc. La exposición a estos fenómenos puede fácilmente inducir a regresiones y disociaciones mentales, por activación de núcleos emocionales arcaicos y primitivos de la más remota infancia. Estos han sido superados en el desarrollo de la personalidad, pero generalmente quedan restos, residuos de estos núcleos (psicóticos) que pueden ser activados en determinadas circunstancias y condiciones. Una de ellas y muy frecuente es el contacto con los fenómenos parapsicológicos.

Una especie de vocación diabólica parece haberse apoderado de las metrópolis de ultramar. Las autoridades y la comunidad en general deben estar alertas para no aceptar sumisamente cuanta aberración satánica nos llega del exterior, tanto en forma de video cassettes, ciertos grupos de música rock, programas televisados y cinematografía. Tal vez a la hora de salir publicado este trabajo, las mencionadas películas hayan pasado, pero vendrán más y peores. La "industria" probó con éxito un nuevo mercado: los niños.

EL ROCK Y LA INDUSTRIA DEL ESPECTACULO

Si tratamos de hacer una panorámica de la sociedad actual, a pesar de nuestros escasos conocimientos sobre el rock, resulta ineludible hacer referencia a una temática que de manera tan evidente forma parte de la vida cotidiana. No hacerlo sería como asistir a un espectáculo sin oír el sonido.

Sin temor a equivocarnos, podríamos afirmar que el rock es el acompañamiento musical de la sociedad contemporánea.

No pretendemos hacer aquí un análisis musical sobre la materia. Se trata de examinar al rock como fenómeno cultural y movimiento de masas. De reflexionar sobre lo que según un conocido slogan ha sido "la música que sacudió al mundo".

En efecto, el rock ha penetrado casi la totalidad de las naciones y culturas. Desde las mejor conocidas hasta los más recónditos lug-

res de la tierra. En un trabajo científico de la revista Science en 1982, luego publicado en forma divulgativa por la revista Life, nos hemos encontrado con que Samoa ya no es la paradisíaca isla descrita por Margareth Mead hace treinta años en su libro "Cultura y adolescencia en Samoa". En los artículos mencionados se ofrecen testimonios, incluso fotográficos, de los cambios ocurridos. Las polinesias solían bailar al son de una fascinante música tradicional, en sus encantadores ambientes naturales. Ahora bailan al compás del frenético rock en discotecas impregnadas de humo, alcohol y drogas.

También el rock ha influenciado casi todas las formas de música popular contemporánea. Desde la "salsa" y la música brasileña, hasta las canciones francesas y los vocalistas y conjuntos italianos, españoles y latinoamericanos. En todas estas expresiones artísticas notamos en forma ostensible o sutil los ritmos y aires propios del rock.

El rock ha triunfado. Pero, ¿será por poseer una mayor calidad musical?, ¿es acaso mejor que los ritmos latinoamericanos, orientales o africanos?, ¿o será porque, al provenir de las culturas anglosajonas, tiene a su servicio poderosos medios de comunicación con una mayor capacidad de difusión?

Tan conmovedora es la contagiosa música del altiplano, como la fuerza del mariachi mejicano, la hondura del flamenco, la sensualidad de los ritmos africanos, o la enigmática música china o hindú. Sin embargo, ninguna de estas manifestaciones culturales ha tenido jamás el respaldo de masivos medios de comunicación, y han quedado entonces relegadas al plano del folklore.

Pero el rock no ha penetrado tan sólo por factores de mayor poderío económico o tecnológico, sino que nos ha sido exportado como parte de un "paquete" de neo-colonización, manipulación cultural y sometimiento consumista.

La mente del ciudadano común, en su vida cotidiana, se encuentra invadida por esta forma musical. No solamente a través de la radio y los videocassettes televisados, sino como animación de propagandas comerciales, temas musicales de películas y programas de divulgación (hasta un programa de la TV nacional sobre una bella y folklórica región venezolana, fue transmitido cierta vez con los ritmos del rock como música de fondo).

Los jóvenes suelen decir que las formas más hermosas de rock no son comerciales, que no todo el rock es pesado (heavy), duro (hard),

ácido (¿LSD?) o punk. Y en consecuencia, más fácilmente llega a nuestros ojos y oídos lo estruendoso y escandaloso; cualidades que venden más, según la psicología de los "ratings" y "especificaciones" de los medios de comunicación.

Parece ser que existen otras modalidades del rock, de una alta calidad musical, de sugerentes contenidos poéticos, de mensajes antibelicistas, contestatarios, ecologistas y aspiraciones de paz, amor y libertad. Esto podrá ser cierto y apreciado por conocedores, pero sin duda alguna, no es lo que más comúnmente oímos y presenciamos.

Para los que nos hemos quedado atrás, y los que aún no han llegado: los niños, el espectáculo que presenciamos es el de alaridos y estridencias. Es la música del desenfreno, el desbordamiento y los estafalarios personajes pintarraeados. Síntomas inequívocos de la esencia más pura del exhibicionismo patológico, típico de las formas más conspicuas de narcisismo.

Esta modalidad de presentación del rock, surge ya no como forma musical, sino como lo que podríamos llamar un **epifenómeno cultural**. Como producto de las grandes urbes industrializadas, de los grandes foros o concentraciones masivas de rockeros. Ligado a un "submundo" de drogas, promiscuidad, perversiones sexuales, y personalidades desadaptadas o francamente patológicas.

Dicho epifenómeno ha sido industrializado por la industria del espectáculo, cuya mercancía más rentable es ese "submundo", con todos los ingredientes antes mencionados. Esta mercancía es vendida además, con todo un despliegue divulgativo de videocassettes, películas, libros, novelas y revistas de farándula.

La industria del espectáculo manipula por igual a las audiencias como a los propios cantantes y conjuntos. Estos últimos son convertidos en marionetas, a menudo de vida corta, por los excesivos viajes y representaciones, agotamiento por drogas y la alienación en un estilo de vida narcisista, absolutamente fuera de la realidad. Muchas veces el suicidio es el corolario final.

Nada sucede al azar en la industria del espectáculo. Todo está calculado y premeditado. La escenografía, los vestuarios, la manera de moverse, hacer piruetas y saltos. Así como también los discos, videocassettes, afiches, telas estampadas y otros artículos de consumo.

Lo importante es crear "mentes lo bastante estúpidas" (para decirlo a la manera de Winnicott) como para ser conducidas a la adopción de determinados estereotipos y modelos conductuales propios para el consumismo y a la

desvirtuación de los valores más esenciales del ser humano.

Como decíamos anteriormente, un niño no puede ser capaz de discernir o discriminar lo que aquí estamos exponiendo, así como tampoco las virtudes del rock. Las personas capaces de diferenciar entre un rock de auténtica calidad musical y las extravagancias transmitidas por los medios de comunicación, no pueden encontrarse precisamente entre niños e incluso adolescentes. De ellos sólo puede esperarse, correr a ponerse de cabeza y bailar "break dance", vestirse o disfrazarse como fulano, colocarse zarcillos en orejas y narices, maquillarse como zutano, parecerse a tal, ser asexuado o intersexual como cual. O bien, exoactuar las cargas agresivas que les son inducidas o activadas por las exaltaciones en el escenario o la pantalla del televisor.

Se pretende que el rock es la música de la juventud. No toda la juventud está involucrada en el "submundo" del rock. Hay jóvenes trabajando en talleres y fábricas, estudiando o preparándose tecnológicamente, jóvenes creando y construyendo civilización. Y ¿por qué no?, jóvenes peleando en guerrillas y revoluciones, por lo que consideran sus valores e ideologías. Jóvenes también cuya fe se renueva y crece día a día en movimientos carismáticos, teología de la liberación y otros movimientos espirituales.

Se ha hecho ver que el rock es contestatario y revolucionario. Puede que en sus comienzos lo haya sido, pero bien pronto los empresarios se encargaron de convertirlo en un gran negocio, y en instrumento de manipulación consumista de millones de jóvenes. Es algo que bien orquestado, con los vestuarios apropiados y aderezado con drogas, se vende bien. Es una industria, un negocio millonario en el cual rock y drogas suelen ir de la mano.

Es difícil creer en la capacidad contestataria y revolucionaria de unos conjuntos cuyos integrantes, una vez terminado el espectáculo, son llevados en sus Limousines, Cadillacs y Rolls Royces hasta lujosos hoteles. Para luego, en helicóptero y jets particulares ser trasladados a otra ciudad, a fin de proseguir la ronda de ingresos millonarios.

El rock, al igual que la TV se ha convertido en un "aparato de manipulación" Crea, no activos contestatarios, sino anarquistas desviados de cualquier reflexión seria y acción constructiva.

El aparato de manipulación musical crea estereotipos conductuales, relacionales y consumistas. Desvía a la juventud, la distrae, disper-

sa o aleja de una acción constructiva. Falsea su identidad al crear equívocos y mensajes tergiversados.

Los actuales héroes de la sociedad contemporánea son los ídolos del rock. Nina Hagen, Boy George y Michael Jackson son emisarios de una confusa identidad.

Nina Hagen ha creado el estereotipo de lo demoníaco, los maquillajes grotescos, los velos fantasmales, los escenarios de ultratumba y una aplaudida vocalización que en realidad resulta aterrorizante.

Boy George es el símbolo travestista, bisexual o hermafrodita. No lo sabemos, pero su dudosa identidad sexual profusamente exhibida se convierte en modelo de identificación para los jóvenes.

Michael Jackson es el prototipo más conspicuo de lo que podría llamarse como la encarnación o símbolo del llamado disturbio de identidad. Es el asexuado, el andrógino. No se sabe si es hombre o mujer. Si es niño o adulto. Es negro de color y blanco de facciones. ¿Ángel o demonio?

Para colmo, existe toda una industrialización de la cual han sido objeto. No cabe la menor duda de que son productos industriales. Todo está organizado de manera tal que no deja oportunidad a los jóvenes para un discernimiento. Pues al lado de sus espectaculares piruetas, todos estos cantantes se declaran espirituales, creyentes en Dios, amantes de la paz, de la naturaleza, ecologistas, en contra del sistema, abanderados de la libertad y de un mundo nuevo, etc.

La maquinaria publicitaria que los promueve se encarga al mismo tiempo de inventar novelitas rosas de lo mucho que han sufrido, desgarradoras historias de sus vidas, conmovedores sucesos infantiles, lo mucho que han luchado por su arte y los altos valores que los inspiran (los cuales ya mencionamos antes)

Esto cierra el círculo. No deja escapatoria. Ni los jóvenes ni sus padres pueden rechazar o criticar sus acrobacias y espectacularidades. ¿Cómo?, ¡si son unos ángeles!, ¡patentizan los más altos valores a los que un joven puede aspirar!

Queda así construida la infranqueable trampa de reprobables escenificaciones por un lado, pero figuras arquetípicas ideales por otro lado.

La confusión o contradicción de identidad queda sellada, es inamovible. Los jóvenes internalizan ambas cosas, sin contradicción y sin la menor conciencia de que dichas imágenes

arquetípicas puedan ser contradictorias o excluyentes. Resulta que los destemplados alaridos, los grotescos maquillajes y los estrafalarios disfraces, encarnan al mismo tiempo todo lo que pueda haber de sublime y trascendental en el ser humano. Semejante contrasentido no puede

tener cabida en una mente normal, con una adecuada organización de su **sí-mismo**. La aceptación de dicho contrasentido sin advertir la contradicción, sólo puede ocurrir en una mente con un trastorno de identidad, producto de una es-
cisión en la organización de su **si-mismo**.

RESUMEN DE LOS CRITERIOS DE LA DSM-III PARA BORDELINE

I. Patrón emocional de rabia.

3. Rabia constante e inapropiada.

II. Patrón de impulsividad, inestabilidad, descontrol.

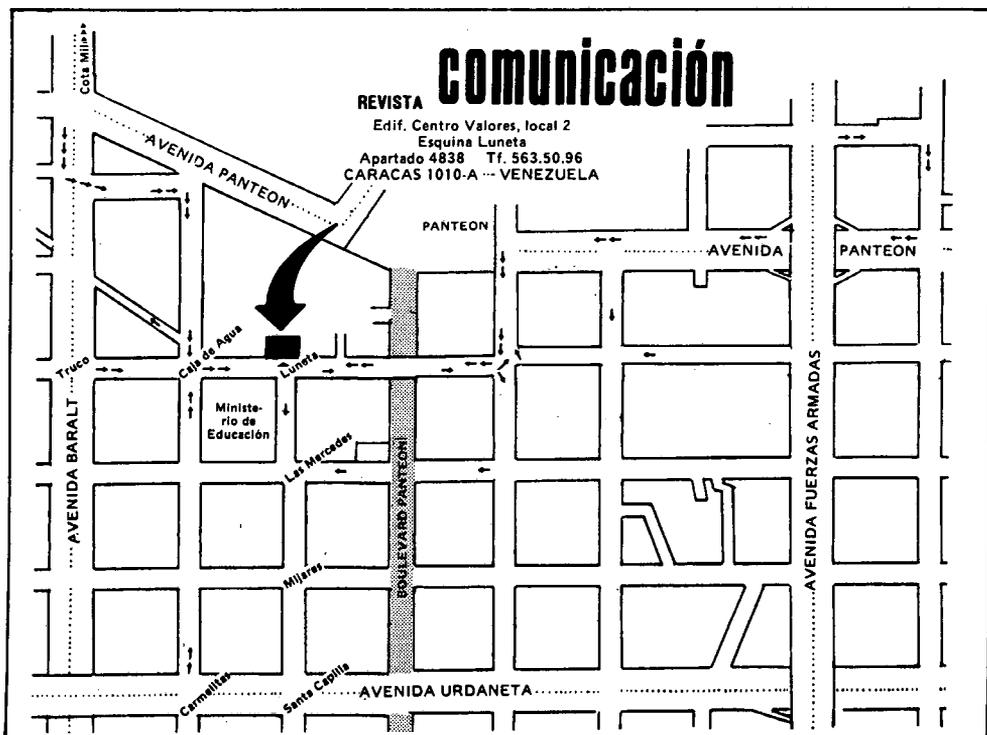
1. Impulsividad e impredecibilidad (excesos, descontrol de impulsos).
7. Automutilación, gestos suicidas, accidentes recurrentes.
5. Inestabilidad afectiva (ansiedad, irritabilidad, depresión).
2. Relaciones interpersonales intensas e inestables (idealización, devaluación, omnipotencia, manipulación).

III Patrón de disturbo de identidad.

4. Disturbo de identidad (incertidumbre o ausencia de identidad).
(Problemas de autoimagen e identidad sexual).
(Identidad vaga o difusa).
(Identidad contradictoria o caótica).

IV. Patrón de soledad, vacío, aburrimiento.

6. Intolerancia a la soledad. Evita estar solo. Deprimido cuando solo.
8. Sentimientos crónicos de vacío y aburrimiento.



UN CONGRESO PARA LA TECNOLOGIA POPULAR

Una alternativa de Identidad Nacional

EGILDA GOMEZ

El Primer Congreso de Tecnología Popular que se celebró en la ciudad de Mérida entre el 20 y el 25 de enero del presente año se convirtió en un espacio para hacer escuchar la voz y mostrar la obra de venezolanos que calladamente vienen abriendo una orientación para la vida.

Hombres y mujeres curtidos por la brisa paramera, plenos de líneas de sol en su piel, calados de campo, tiznados por el humo de ciudad abrieron el morral de sus experiencias para mostrarnos las novedades en el campo de la técnica, las relaciones de trabajo, las relaciones del ser humano con la naturaleza y de cuanto objeto el hombre fabrica en su encuentro con la tierra.

La Facultad de Ciencias Forestales de la Universidad de los Andes acogió en su seno la responsabilidad del desenvolvimiento del evento que estuvo dividido en talleres de intercambio de experiencias; ponencias descriptivas sobre los trabajos expuestos; ponencias teóricas sobre las implicaciones, claridades y dificultades que enfrentan los tecnólogos populares; y finalmente, la exposición permanente de los trabajos producidos.

El numeroso grupo de personas asistentes al encuentro conversaron sobre los tópicos de uso de fuentes alternas de energía, agricultura, alimentación, producción artesanal, tejido, reciclaje, saneamiento ambiental, transporte, fabricación de motores, medicina natural, divulgación y la conceptualización de estos nuevos y alternativos movimientos sociales.

El Congreso fue auspiciado por la Universidad de los Andes con motivo de la conmemoración del año bicentenario de su fundación.



1er. CONGRESO
VENEZOLANO
DE
TECNOLOGIA
POPULAR

1er. Congreso
Venezolano de
Tecnología
Popular

del 20 al 24 de enero 1986
universidad de los andes
la universidad bicentennial
mérida / venezuela

1er. CONGRESO
VENEZOLANO
DE
TECNOLOGIA
POPULAR

Contó con el apoyo del Ministerio de Educación, el Ministro de Ciencias y Tecnología, la Gobernación del Estado Mérida y la Corporación de los Andes.

El acto de instalación se llevó a cabo en la ULA y estuvo presidido por el Director de la Escuela de Ingeniería Forestal Douglas Rojas Sequera, el Decano de la Facultad de Ciencias Forestales Guido Ochoa, el Ministro de Ciencia y tecnología Tulio Arenz, un representante por los tecnólogos populares Pedro Rojas y el Rector de la universidad Pedro Rincón Gutiérrez.

ALGUNOS TESTIMONIOS

El Señor Miguel Cuiñas Rodríguez residente en la ciudad de Mérida ha construido una prensa para frutas de donde saca vinos, una peladora de café, una casa prefabricada y la carrocería convertible para un volkswagen. También desde Mérida, el carpintero Ramón Zambrano ha reciclado los desechos de su trabajo, así desde el aserrín saca diferentes tintas dependiendo del tipo de madera y con los pedacitos que sobran en la extracción, los emplea para el abono de sus plantas.

El señor Ramón La Cruz Hidalgo diseñó y fabricó una procesadora de estiércol de aves para su transformación en alimentos para animales y abono orgánico. El señor Hidalgo viene realizando estudios en el área de maquinarias agroindustriales en el Estado Trujillo. Desde este Estado trajo el mecánico Pedro Ramón Ramírez dos bombas centrífugas: una de cuatro pulgadas y otra de seis pulgadas para achicar pozos y el riego.

En el área de la fabricación de implementos agrícolas, llegaron desde las mesetas de Timotes y los Valles del Motatán los señores Jesús Rodríguez con una sembradora de hortalizas hecha a partir de un modelo extranjero al cual le hizo modificaciones y una deshierbadora de hortalizas de su total invención; Pedro Quintero y Baltasar Andara han profundizado los trabajos que iniciara Pedro Rangel (muerto) en la construcción de venteadoras de café y carotas; el señor Santiago Rivas Barrios se ha dedicado a la construcción de herramientas agrícolas (escardilla, azadones, azado con mango de tubo) usando como materia prima pedazos de balles de carros; Tomasa Laguna de Márquez y Joaquín Márquez quienes presentaron sus trabajos con telares artesanales.

El señor Lidio Parra radicado en el Distrito Urdaneta del Estado Zulia diseñó y construyó una prensa estopa que cuenta con dispo-

sitivos automáticos que a la hora de producirse el derrame de petróleo no sale afuera sino que pasa a una cámara de retención que a la vez paraliza el balancín deteniendo el derrame con lo que contribuirá a evitar la contaminación.

El señor Jorge Camacho desde el Estado Aragua se trajo un sistema de refacción instantánea de espiches comunes de cauchos. La innovación radica en que la mezcla inyectada es producida a partir de goma de caucho usado.

En el área de la salud y alimentación una de las experiencias con más tiempo es la que se ha desarrollado en el sector de Villanueva en el Estado Lara conjuntamente con la cooperativa del café CRANCO. Tienen la prevención como práctica médica, la utilización de medicamentos naturales como el barro, la pringa moza o picapica, el limón y una alimentación basada en el consumo variado y fresco de los alimentos. Su organización actúa bajo la forma de Comités de Salud que cuentan con el asesoramiento de un médico graduado perteneciente a la Sociedad de Medicina Biológica y que tiene su sede en Valencia.

Tomó parte en el tema de salud Santiago López con una amplia exposición sobre plantas medicinales, el Dr. Freddy Godoy asomó los adelantos en el diagnóstico por medio de la identificación de las afecciones dentales.

Proveniente de Coro los esposos Max y Ana Sánchez refirieron parte de su proyecto de investigación en salud integral y terapias alternativas, entre ellas: la Acupuntura, Auriculoterapia (diagnóstico y tratamiento en el pabellón de la oreja), Medicina Manual (manipulaciones vertebrales), Neuralterapia, homeopatía, Oligoterapia e Iridodiagnóstico.

Hubo una coloridad y heterogénea muestra por parte de los artesanos quienes a través del barro, el bronce, el cobre, el bambú, el vidrio, el anime (árbol), el tejido de lana y la arcilla amoldaron un sin fin de formas para la grácil ornamentación.

Es necesario reconocer los útiles aportes de los investigadores del Tecnológico Alonso Gamero, Ing. Heberto González y Ibraim López que presentaron un prototipo de cocina solar y un proyecto sobre transporte movilizado por fuerza electromagnética respectivamente. Ambos pertenecen además al Movimiento Ecológico Siglo XXI, MES-XXI.

El valioso aporte que viene haciendo el profesor Alfio Montoro, graduado en el Pedagógico en el área de física, quién elaboró un libro para la enseñanza de la física de 4to. y 5to. año de Educación Media, donde recurre a los traba-

jos de los tecnólogos populares para el aprendizaje de los principios de ésta ciencia.

Finalmente, el científico Luis Salas Rizzo miembro del Conicit, ha instalado en Valencia una Organización para el Desarrollo de la Tecnología Nacional (OPEDETNA) que busca estimular y promover la inventiva de las personas.

El valor de estos trabajos radica en que son contruidos a partir de desechos de todas clases, que nacen de las exigencias que se derivan de la presión de las necesidades cotidianas, hechas muchas veces por personas que no tienen ningún grado de instrucción o un bajo nivel dentro del sistema educativo establecido y lo esencial, la indagación en otras formas de ser.

UNA EXPERIENCIA EN COMUNICACION: LA 'SET' DE BARINAS

El Sistema Experimental de Televisión (SET) "es un vehículo, un puente que está tratando de poner al alcance de los más necesitados los elementos básicos de los medios audiovisuales y, en forma especial, el video, al alcance de las comunidades populares". De esta manera se expresaron el Sacerdote Dennis Cleary y la socióloga Aide Segura iniciadores de la experiencia.

La SET no cuenta con equipos profesionales sino que trabaja con el sistema BETA de media pulgada que es de muy bajo costo. El estudio de televisión, la sala de editaje, la sala de audio, la sala de reuniones y el sistema de archivo se han ubicado en un garage antiguo en la ciudad de Barinas.

La comunidad cumple las funciones de dirección y producción, selecciona el material a editar, la locución, los temas a tratar, los cantos, los entrevistadores, los libretistas y los actores. En los diez meses que lleva la experiencia, trataron inicialmente tópicos para la recuperación de la memoria colectiva que ha permanecido arrinconada y disgregada por los valores dominantes. En la marcha surgió como necesidad la realización de un noticiero cuyo objetivo principal fuera el de compartir experiencias y vivencias entre las comunidades.

Los programas son difundidos por pequeñas unidades reproductoras que circulan por los barrios y además, cuando es conveniente, por los canales regionales (teleboconó). Como se ve, el trabajo va dirigido a un grupo humano concreto lo que permite partir de lo real. Las personas que dan su voz y su imagen conocen perfectamente el destino de lo que se hace, les pertenece.

La inversión fue de 89 mil bolívares, una

porción costeadada por el grupo religioso al que pertenece el Padre Dennis Cleary y, en parte, por la comunidad de los barrios Los Marqueses, El Cambio, Guanapa, Las Colinas, Carlos Márquez y Cuatricentenario de la ciudad de Barinas. El monto fue cancelado en tres años.

La idea de hacer un noticiero nació del papel que jugó la realización del primer programa informativo en comprometer a las autoridades responsables en la resolución de su conflicto. El carácter de la noticia era el de mostrar las diferentes etapas de determinado proceso de lucha, en este caso concreto, la instalación del servicio de agua después de una ausencia de ocho años.

El Padre Dennis dice al respecto "si al pueblo se le entregan las herramientas mínimas de la comunicación éste podrá sacarle un gran provecho, sabrá utilizar estos medios en forma decidida y de gran utilidad para su propio desarrollo".

APENDICE I: PONENCIAS PRESENTADAS

- NININ, L "Escasez de madera y especies marginales... consumidor marginal". ULA.
- SALAS, L. "El desarrollo de tecnologías sustitutivas y el aporte del profesional venezolano", NEVENCA.
- SANCHEZ Max. "Terapias alternativas mito o realidad". Universidad Francisco de Miranda.
- Bomberos Ecoambientales Comunitarios de Venezuela. "Una alternativa para la autoconstrucción de viviendas populares".
- MUJICA, José. "Tecnologías alternativas y su papel en la transformación social". Fe y Alegría.
- LAUDANG, Francisco. "Elementos para el desarrollo de centros populares de tecnología".
- SAYAGO, J. "Alimentos populares venezolanos". ULA.
- CLEARY, Dennis y SEGURA, Aide. "Experiencia de una red de comunicación popular con el uso del video".
- GONZALEZ, Heberto. "Prototipo de cocina solar".
- FUENTES, Roger. "Tecnología popular y el contexto nacional".
- LOPEZ, Ibraim. "Sobre tecnología y liberación en el tercer mundo (una nueva sociedad)".
- FUENTES, G. "Tecnología popular en el

- contexto nacional".
- LOPEZ, Santiago. "Uso de plantas medicinales".
 - GONZALEZ, Marife y CANALES, Carlos. "Tecnología popular y juguetes".
 - CANALES, Carlos. "Empresa-escuela de Mitimbay".
 - Tecnólogo infantil. "Testimonios".
 - ZAMBRANO, Edicta. "Elaboración de anisados caseros".
 - GONZALEZ C., Francisco. "Taller sobre letrinas. Aboneras secas y sobre cocinas ahorradoras de leña".
 - RIOS, Raúl. "Diseño de viviendas experimentales, reciclaje desechos y autoconstrucción". Audiovisuales.
 - GRUPO GIRALUNA. "Taller de títeres".
 - PERDOMO, Ricardo. "Culto a San Benito. Construcción de instrumentos de cuerda".
 - APONTE, Agosto. "Proyecto de formación de los recursos humanos para trabajar y liderizar aldeas autogestionarias en el Territorio Federal Amazonas". FONAIAP.
 - GARCIA, Gil. "Producción de Biogas una alternativa para la producción y ahorro de energía". UCV.
 - ✓ DELGADO, Douglas. "Uso de la tracción animal en agricultura de zonas áridas. El caso Pidsar-Falcón".
 - CESAP. "¿Existe una gerencia de tecnología popular?".
 - OVALLES, Omar. "Socializar la tecnología".
 - LA CRUZ, R. de. "Tecnología alternativa". FORJA.
 - MORENO, Manuel. "Medicina natural". Villanueva.
 - GODOY, Freddy. "Los dientes y la salud como terapia alternativa".
 - LOPEZ, Ibrahim. "Motor anular magnético" MES-XXI.
 - CAMACHO, Jorge. "Tecnología para el transporte: reparación instantánea de cauchos".
 - CABRAL, José. "Filosofía de la energía solar". CENAMB.
 - COCHE, Zaida. "Cría de truchas a nivel campesino". FONAIAP.
 - AVILA, Hugo y otros. "Tecnología popular y poder".
 - MENA C., A. "Elaboración de cuajo solido de origen animal". CONICIT.
 - Tecnólogos de Trujilla. "Taller sobre maquinarias e implementos agrícolas".
 - CUIÑAS, Manuel. Documental sobre viviendas prefabricadas.
 - LEAL, José y LOIAZA, Germán. "Uso de la Soya, utilización y conservación del cambur, fabricación de hornos a leña y a gas".
 - LOPEZ, Ibrahim. "Viviendas populares con estructuras foliales".
 - ROSALES, Misael y BELANDRIA, Rodeyne. "Creación y vida".
 - VILORIA, C. "Arte culinario falconiano con plantas no tradicionales".
 - Grupo Cultural Los Arengues. "Los Arengues una experiencia cooperativa y campesina".
 - LOPEZ, Ibrahim. "Calentador solar para uso doméstico".
 - MILANO, Alí. "La medicina popular y las plantas medicinales".
 - CARRUYO, Luis. "Participación comunitaria en el sistema nacional de Salud".
 - MATOS, Emerio. "El uso del pensamiento dirigido en la medicina popular".
 - GARCIA, Williams. "Desalinizador de agua de mar por uso de energía solar".
 - NININ, L. "Especies forestales de crecimiento rápido".
 - Taller: "Bomba electrónica adaptada al cultivo hidropónico".
 - SALAS R., Luis. "Válvula de alivio con indicador de doble carga".
 - "Conector de alta tensión y conector de baja tensión".
 - CATALDO, A. "Experiencias con cultivos hidropónicos".
 - ESCALONA, Julio. "El tiempo, el espacio y el movimiento como categorías de la vida emancipada y la influencia de la tecnología".
 - REYES, Silvino. "Presencia de la agricultura".
 - REYES, Ulises. "Usos de un biogás".
 - CARRILLO, Haydee. "Problemática de la agricultura en nuestra región".
 - Coloquio entre dirigentes vecinales y tecnólogos populares. Escuela de vecinos.
 - Instituto Universitario de Tecnología. "Tecnologías vinculadas a cantos rodados, crisoles, hornos de gas, productos de cerámica y otros".
 - CASTRO, Félix. "Yo soy tu amigo. Enemigo del cáncer. Tratamiento a base de plantas".
 - PARRA, Lidio. "La diabetes".
 - CAMACHO, Jorge. "Metodología de la reflexión".
 - CESAP. "Lo pequeño es hermoso ¿pero es posible?".
 - ZAMBRANO, Werner. "Jardín de reciclaje".

APENDICE II:

RESOLUCIONES

1. Apoyar las actividades que realiza Don Luis Zambrano como ejemplo y guía para la acción de los tecnólogos. Se tratará de lograr que la pensión que recibe le sea pagada directamente. Además se buscará rescatar el motor "Don Luis Zambrano" que actualmente está en la Facultad de Ingeniería de la UCV donde ha permanecido casi dos años sin que se sepa con exactitud que se va a hacer con él.

2. Que la ULA organice un Centro Nacional de Tecnología Popular, el cual permita apoyar la investigación en tecnología popular, organice un determinado tipo de actividad docente que ponga estos conocimientos al servicio de los jóvenes y de todo el pueblo y la organización de una muestra permanente de tecnología popular en el sentido de crear un museo de Tecnología Popular.

3. Que la Universidad de Los Andes (ULA) se encargue de la elaboración de un directorio de tecnólogos populares que se con-

vierta en un punto de referencia para el intercambio de experiencias e información y para la prestación de servicios y apoyo recíproco.

4. Que se cree una Secretaría permanente al servicio de la tecnología popular en la ULA que garantice la edición de las conclusiones de este evento, la organización del directorio y la comunicación entre los asistentes al congreso.

5. Propulsar la creación del Fondo de Apoyo a la Tecnología Popular.

6. Que la Universidad de Los Andes se convierta en la organizadora permanente de los Congresos de Tecnología Popular.

7. Realizar jornadas regionales de Tecnología popular que garantice la continuidad del proceso iniciado con el Congreso.

8. Coordinar programas e iniciativas con los planteles de educación básica y educación media con la finalidad de difundir estas concepciones y las perspectivas que se abren.

9. La elaboración de un boletín periódico que garantice la circulación de información, las relaciones, la preparación de nuevos eventos y su coordinación.

Assinaturas: INTERCOM – Caixa Postal 2793
01000 – São Paulo – SP.

BOLETIM  

INTERCOM



GUIA BIBLIOGRAFICA

ALFONSO MOLINA

UNA REVISTA PARA EL NUEVO CINE LATINOAMERICANO

Una nueva publicación acaba de sumarse a la corriente editorial latinoamericana que cierra filas en torno al cine. El primer número de C-CAL, revista del nuevo cine latinoamericano, se presenta como un medio de reflexión y difusión del Comité de Cineastas de América Latina, constituido por los principales nombres de la creación filmica del continente. Bajo la coordinación redaccional de Carlos Rebolledo, Thaelman Urgelles, Roberto Siso y Elizabeth Baralt, amén de la colaboración de otras personalidades, C-CAL presenta en esta oportunidad un interesante trabajo de Ambrosio Fornet, titulado "Visión del nuevo cine latinoamericano" en donde pasa revista no sólo a las diversas tendencias desarrolladas en los últimos diez años, sino también a sus logros y objetivos comunes. "Hacia una historia oral del documental en el Cono Sur. I parte: Fernando Birri, pionero y peregrino" se titula un apasionante testimonio directo del precursor del documental argentino. Luego Julio García Espinosa propone una reflexión teórica e ideológica sobre el tema "Cine burgués: decadencia o muerte". Por su parte, Herbert I. Schiller, investigador de la Universidad de California, San Diego, ofrece su visión sobre "Corriente de información electrónica y el creciente ataque contra la soberanía nacional", mientras que las estudiosas mexicanas Ligia M. Fadul y Fátima Fernández



analizan "La televisión latinoamericana en 1992". Luego sigue una serie de documentos de los organismos gremiales e institucionales del cine latinoamericano. Si está interesado en C-CAL solicítela en las mejores librerías del país, en el Departamento de Cine de la Universidad de Los Andes, en Mérida, o en el Fondo de Fomento Cinematográfico, en Caracas, llamando por los teléfonos 31.43.55, 31.53.18 y 31.13.10.

UN LIBRO SOBRE COMUNICACION

- "LA COMUNICACION HUMANA: GRANDES TEMAS CONTEMPORANEOS DE LA COMUNICACION". Dr. Jeremiah O'Sullivan Ryan, Ed. Instituto Universitario Pedagógico-

gico Mons. Arias Blanco, Caracas, 1985, 145 pp.

El Dr. Jeremiah O'Sullivan, experto en comunicación y buen conocedor de la realidad latinoamericana, nos ofrece un libro fundamental para la actualización en el campo de la comunicación social. Los libros sobre comunicación adolecen, en general, de la falla de ser excesivamente superficiales o de convertirse en tratados de problemas especializados para un consumo restringido. Durante años han faltado, sobre todo, en el campo universitario textos y obras fundamentales que introduzcan al estudiante en forma complexiva y a la vez con sentido didáctico en la problemática de la comunicación. Así, a menudo, en todos los cursos de introducción se ha tenido que recurrir a textos como el del norteamericano D. Berlo, o en el mejor de los casos el del español J.L. Aranguren. En libros como esos fallaba o bien el enfoque ideológico —excesivamente conductista— o bien la referencia latinoamericana, por no hablar ya de la falta de actualización de las sucesivas ediciones.

La obra del Dr. O'Sullivan resuelve estas limitaciones y logra combinar, en una perspectiva latinoamericana y venezolana, los requerimientos de actualidad en base a obras fundamentales como **Un solo mundo: voces múltiples** (UNESCO), y las exigencias de un texto didáctico con la graduación de los temas, la claridad expresiva y los soportes gráficos.

Desde la introducción general sobre la comunicación, que revela su importancia, hasta los temas más teóricos sobre el proceso, los tipos de medios y sus consecuencias o las aplicaciones más prácticas sobre el campo del desarrollo y la política, hay una coherencia en el enfoque de carácter humanista, en el que priva la concepción participativa.

Tal vez, en vista de que se trata de un libro con proyección didáctica, pudieran haber sido útiles algunos ejercicios orientativos al final de cada capítulo, o la referencia a algunas revistas del ramo en la sección bibliográfica, que permitieran una búsqueda más pormenorizada o reciente sobre los diversos tópicos.



CHASQUI

REVISTA LATINOAMERICANA DE COMUNICACION

- POR UN NUEVO ORDEN INFORMATIVO
- TEMAS DESARROLLADOS POR LOS ANALISTAS MAS REPRESENTATIVOS DE LA COMUNICACION DE AMERICA LATINA Y EL MUNDO.
- INNOVACIONES TECNOLOGICAS Y PEDAGOGICAS
- COMUNICACION ALTERNATIVA
- NUEVAS CORRIENTES TEORICAS DE LA COMUNICACION
- DEMOCRATIZACION DE LOS SISTEMAS DE INFORMACION

Precios de subscripción:
(Subscription prices)

1 año, 4 números
(1 year, 4 issues)
Latino América: US \$ 10,00
U.S.A., Europa y Asia: US \$ 20,00

2 años
(2 years)
Latino América: US \$ 18,00
U.S.A., Europa y Asia: US \$ 35,00

3 años
(3 years)
Latino América: US \$ 25,00
U.S.A., Europa y Asia: US \$ 50,00

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

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



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

INFORMACIONES

I FESTIVAL DE TELEVISION Y VIDEO DE CARACAS

Del 28 de enero al 1 de febrero se celebró en Caracas el I Festival de Televisión y Video de Caracas, organizado por fundarte (Fundación para el Desarrollo de las Artes). El Festival se desarrolló sobre la base de tres líneas de presentación: el **Concurso Nacional** de Televisión y Video, en el que participaron cerca de 150 producciones realizadas por instituciones, universidades, corporaciones, plantas de televisión e individuos; las **conferencias** de personalidades destacadas del extranjero como Les Brown, editor-jefe de Channels of Communication (USA), Charles Akrich, subdirector de Asuntos Espaciales de Francia, Sidney Pike, presidente de la compañía Turner Broadcasting Systems y Cable News Network, entre otros; y la **muestra** selecta de producciones extranjeras fuera de concurso, entre las que destacaron "Visiones de poder" (Granada TV de Gran Bretaña), "Soldados a escondidas" (Filmworks Inc. de Estados Unidos), "Carmen" de Peter Brook; "El Rey Lear" (Granada TV de Gran Bretaña), "Huérfanos de la tierra" (TV O Globo de Brasil), "El hambre en Etiopía" (BBC), etc.

Aunque la gala de premiación en el Teatro Teresa Carreño, transmitido por el canal 8 del Estado tuvo evidentes faltas de coordinación técnica, sobre todo por el ajuste con las interrupciones de las cuñas, y la participación del público no fue muy nutrida, hay que reconocer dos logros fundamentales: primero, la oportunidad que se presenta para actualizar la información venezolana como espejo para cotejar el nivel de las realizaciones nacionales, y, en segundo lugar, la apertura de un espacio de mercado para los videos nacionales, que han comenzado a exportarse al área del Caribe, a varios países latinoamericanos y a canales hispanos de TV en los Estados Unidos.

Supuesto que en el concurso participaron los medios más representativos del video nacional, y que el jurado compuesto por expertos internacionales poseía suficiente cualificación y distanciamiento para realizar una evaluación imparcial, podemos considerar que la selección final recoge lo mejor de la televisión venezolana de estos dos últimos años.

Ya que algunas decisiones finales han sido cuestionadas, preferimos reseñar los resultados finales del concurso presentando los finalistas de cada renglón y subrayando el ganador.

- Institucionales: El sonido de un pueblo, de Maravén; **Lo tradicional de nuestras generaciones** de Industrias Pampero; y Buen ciudadano de Venevisión (Canal 4).
- Opinión: Primer Plano del Canal 2; **Las drogas y sus consecuencias** del canal 4;
- Informativos: **La noticia estelar** (Canal 8); Arauca, de la Fundación Cultural Venevisión (Canal 4); y A puerta cerrada del Canal 2.
- Testimonial Magazine: **Close up** (Canal 4); y Dimensión Humana (Canal 2);
- Novela: **La dueña** (Canal 8); Cristal (Canal 2); Las Amazonas (Canal 4);
- Musicales: Un poco de amor (Sonográfica); **Rock en fantasía** (Sonorodven); Opus (Canal 5);
- Culturales: **Schistosomiasis Manzoni-Bilharzia** (Universidad Central de Venezuela); Atletas (Canal 5);
- Cómicos: **Radio Rochela** (Canal 2); Joselo (Canal 4);
- Dramáticos: El Cristo de las violetas (Canal 4); Los inmigrantes (Canal 8); **El análisis** (Canal 2);
- Infantiles: Contesta por tío Simón (Canal 8); **El gato mimo** (Canal 4); Enrique 85 (Canal 4);
- Comerciales: El sabor lo pone Karla, **Pepsi Cola**, Isla de Aruba;
- Video musical: **Manantial del corazón**, Sonográfica;
- Producción independiente: **Oncocercosis en los Yanomanis** de Pablo de la Barra (Videoocroma); Percusión del alma (Roland Haiek); Mito del eterno femenino (Fania Aoun);
- Premio Fedecámaras: **Isla de aves** (Canal 5);

Este primer festival ha logrado iniciar, según el objetivo propuesto por el Secretario General de Fundarte, Pablo Antillano, "la conexión entre la cultura y la televisión", porque "hoy nadie puede avanzar ni en la televisión ni en la cultura sin que haya un encuentro entre ambos sectores". El camino está comenzado. ¿Habrán quienes continúen el relevo?

III FESTIVAL NACIONAL DEL CORTOMETRAJE Y VIDEO: "Manuel Trujillo Durán"

Dentro del marco de la Feria de la Chinita, en noviembre de 1985, finalizó en Maracaibo el III Festival Nacional de Cortometraje y Video que lleva el nombre de Manuel Trujillo Durán, uno de los pioneros del cine en el país. El Festival fue dedicado al desaparecido cineasta Clemente De La Cerda, al Departamento de Cine de la ULA y a Ignacio de la Cruz, quien ha realizado las mejores investigaciones en torno a la vida de Manuel Trujillo D. y a la introducción del cine en Maracaibo.

El Primer Premio de cortometrajes, consistente en 30 mil bolívares y diploma, fue otorgado a "Cruz Quinal: El Rey del Bandolín" de John Dickinson; el Segundo Premio de 20 mil bolívares y diploma correspondió a "La Historia de un Caballo que era muy Bonito", de Leopoldo Aponte, producida por el Departamento de Cine de la Universidad de los Andes, y el Tercer Premio lo obtuvo "Primer Canto" de Roque Zambrano.

Hubo menciones especiales de Producción para "X-Vocación" de Oscar Lucien; Mejor Sonido para "Frustraciones del Señor Fulano" de César Cortés, el de Música le correspondió a "Eleanor" de Gilberto Márquez; de Dirección en Fotografía a César Yavorski en "Primer Canto"; de Cámara para Gyla David por los cortos "Eleanor", "Sub-Caracas: calles sin salida" y "Mirando"; el de Mejor Guión fue otorgado a "Sinceramente, Víctor Piñero" de Freddy Siso.

Hubo también menciones para "Piragua" de Augusto Paradelli y "Digital-es" de Flor Alicia Anzola y Alexandra Cariani.

Paralelamente al acto de entrega de estos premios entregaron otros de video en diferentes categorías a: "Seductor Nocturno" de Rosa María Atencio; en Música; "El Lado Oscuro de tu Imagen" dirigido por Rafael Araujo, Drama; "La Nueva Naturaleza" de Caupolicán Ovalles (hijo); Cultural. La Televisión Educativa de LUZ fue premiada por los mejores videos educativos e institucionales y el género reportaje e informativo le correspondió a Pablo de la Barra por sus producciones: "Schistosomiasis manzoni-Bilharzia" y "Kakuri: autogestión indígena en el Amazonas".

RECONOCIMIENTO A UN INVESTIGADOR VENEZOLANO

Un despacho informativo, fechado en París el 10 de Enero, daba cuenta de que el Director General de la UNESCO acababa de designar al investigador venezolano Antonio Pasquali —con rango de Subdirector de la misma institución— Coordinador General de Educación Superior para América Latina y el Caribe. Todo ello "en el marco de las medidas tendientes a promover la descentralización de recursos humanos y teniendo en cuenta su conocimiento personal de la problemática de la región de América Latina y el Caribe".

Consultor de la UNESCO de 1976 a 1978, ingresó Pasquali a la organización, que tiene su sede en París, en septiembre de 1978 con el cargo de Subdirector General Adjunto del sector Cultural y Comunicación. A partir de 1981, con la división de ese sector, siguió ejerciendo sus mismas funciones en el nuevo sector de la comunicación. Desde Junio de 1984 venía desempeñando el cargo de Subdirector General para la Comunicación.

Ciertamente Antonio Pasquali es un investigador latinoamericano de amplia y fecunda trayectoria. Varias y valiosas son sus obras de investigación publicadas dentro del área de la comunicación social. Entre otras, deben destacarse "Comunicación y Cultura de Masas", "El aparato singular" y, más recientemente, "Comprender la Comunicación". Mérito suyo es también el haber sido responsable principal del Comité que, entre 1974 y 1975, redactó el importante "Proyecto RATELVE", diseño para una nueva política de radiodifusión del Estado Venezolano.

no. No puede tampoco olvidarse su papel destacado en la AVIC (Asociación Venezolana de Investigadores de la Comunicación) y en la ALAIC (Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación).

Nuestro equipo COMUNICACION, ligado de múltiples maneras a los afanes y tareas investigativas de Pasquali en Venezuela, se alegra profundamente de este nuevo reconocimiento que ahora le acaba de hacer la UNESCO. Al mismo tiempo le deseamos los mayores éxitos en sus nuevas y delicadas funciones.

EL CINE VENEZOLANO OBTUVO PREMIOS EN LA HABANA

La película de Olegario Barrera, "Pequeña Revancha", ganó el Gran Premio Especial del jurado en el VII Festival del Nuevo Cine Latinoamericano celebrado en La Habana, Cuba, a fines de 1985, y Atahualpa Lichy obtuvo el I Concurso de Guiones con el título "Río Negro".

Venezuela se afirmó, con estos dos galardones, en el ámbito Latinoamericano del cine, como lo hizo antes en Cannes, Lile, San Sebastián y en la hermana Colombia.

La "Pequeña Revancha" que se proyecta actualmente en los cines del país, mereció en su oportunidad en el Premio Nuevos Realizadores de San Sebastián, España. La cinta está inspirada en un cuento del escritor chileno residiendo en Alemania, Antonio Skármeta, sobre las relaciones que se establecen entre los habitantes de un pueblo (cualquiera del Tercer Mundo) gobernado por una dictadura, donde los niños participan también en el juego de la resistencia.

El otro galardón fue otorgado al cineasta venezolano Atahualpa Lichy, con muchos años de residencia en Francia, quien ha asumido la responsabilidad de organizar la Quincena de Nuevos Realizadores del Festival de Cannes, de fundar y presidir el Festival Internacional de Cortometraje Documental de Grenoble, Francia y, además de organizar la última edición del Festival de Cartagena, Colombia.

Lichy cuenta con más de 60 cortometrajes y "Río Negro", el guión ganador, será rodado próximamente en el Amazonas contando con fondos del gobierno Francés y del Venezolano.

Los otros premios del Festival de La Habana correspondieron a: Primer Premio Gran Coral, compartido entre Paúl Leduc, mexicano, por "Frida" sobre la vida de Frida Kalo compañera del pintor Diego Rivera y "Tangos, el exilio de Gardel" del argentino Fernando Solana. El segundo de los primeros premios recayó en la cinta "La Historial Oficial" del argentino Luis Puenzo, cuyo tema se basa en los pequeños desaparecidos durante la dictadura argentina; "La Ciudad y Los Perros" del peruano Francisco Lombardi, obtuvo el tercer premio del jurado.

Brasil logró el primer lugar en la categoría de documentales con "A Resistencia de Lua", de Renato Tapajos; el segundo le correspondió a "Las Madres de la Plaza de Mayo" de las cineastas chicanas Susana Muñoz y Lourdes Portillo.

En la categoría de dibujos animados, Cuba arrasó con los tres premios otorgados a: "Vampiros en La Habana" y "Quinoscopio" de Juan Padrón, y "Mi Bohío" de Mario Rivas.

La mejor interpretación femenina le fue otorgada a Ofelia Medina, intérprete de "Frida" y la masculina le correspondió al brasileño José Drummond, por sus participaciones en "El Bahiano Fantasma", "Avaete, semilla de ventanza" y "Tigipio". A su vez, el compositor argentino Astor Piazzola recibió el premio Coral por su trabajo en "Tangos, el exilio de Gardel".

Es de destacar que cada vez adquiere más trascendencia este Festival del Nuevo Cine Latinoamericano por ser la única vía de intercambio con que cuentan nuestros cineastas latinoamericanos para hacerse conocer mutuamente. También surgió allí a proposición de Cuba, la creación del Mercado del Cine Latinoamericano, MECLA.

UN NUEVO AÑO DE CINE NACIONAL

1985 ha sido un año significativo para el cine nacional, cuyo repunte se manifestó no sólo en calidad sino también en ingresos, ya que superó la línea de los 70 millones de bolívares en taquilla, en comparación de los 45 millones que produjo el año anterior. Sin embargo, no siempre existió una relación lógica entre calidad e ingresos. "La Graduación de un delincuente

te", de Daniel Oropeza, es la historia de un empleado que se propone ganar dinero a cualquier precio, inclusive el de la corrupción. La película roza con lo incomprendible, es pobre, torpemente narrada. Sin embargo, constituyó uno de los mayores éxitos de público de todo el año. Otras películas menos taquilleras, pero taquilleras al fin, fueron "El Atentado", de Thaelman Urquelles y "Más allá del Silencio", de César Bolívar. La primera nos relata un acontecimiento de la vida real: el asesinato de un famoso abogado caraqueño y los poderes involucrados en el mismo. Bolívar nos trae la historia de un siquiatra, un policía y tres sordomudos, todos envueltos en el drama de la incomunicación.

Tres películas para niños, "Ya-koo", de Franco Rubartelli, "Carpión Milagrero", de Miguel Katz y la ópera prima de Silvia Manrique, "Panchito Mandefue", basada en un cuento de Pocaterra, pasaron por las salas de cine sin pena ni gloria. El atractivo que podría tener "Ya-koo", la interacción de un niño indígena con una mujer blanca, a quien salva en la selva, a pesar de contar con una excelente fotografía, no convenció ni a chicos ni a grandes.

Las dos cintas que este año levantaron el mayor aplauso de la crítica especializada fueron dos películas encuadradas en el área rural: "Oriana" de Fina Torres y "Diles que no me maten", de Freddy Siso. Fina Torres, formada en Francia, nos cuenta la historia de una casa de hacienda, desde la que se contempla el mar, devorada por la soterrada memoria de amores incestuosos y crímenes violentos, la presencia despótica de un padre con todo el poder y las debilidades más o menos grandes del resto de sus habitantes. La autora nos ofrece en realidad un film hermoso desde el punto de vista del lenguaje cinematográfico, un uso delicado de la luz y una sensibilidad profunda que nivela todas las situaciones dramáticas de un relato del escritor mejicano Juan Rulfo, trasladado su desarrollo esta vez a un pequeño pueblecito de los andes meridionales. Además de lo cuidado de la película, también de sus pequeñas incongruencias temáticas, Freddy Siso nos ofrece una obra que significa el repunte del cine venezolano como industria nacional.

Mención aparte merece la cinta "Un Solo Pueblo", de Manuel De Pedro. A pesar de ser un largometraje documental, de temática puramente local venezolana, el autor nos trae una película folklórica musical, fresca, de indudable raigambre popular. Este film, respaldado por un notorio proceso de investigación de nuestro folklore, significó el esfuerzo de todo un año de trabajo, recorriendo y filmando en todas las regiones del país.

Otro de los autores que acaparó expectativas y polémica fue Mauricio Walerstein con su película "Macho y Hembra", quien posteriormente consiguió varios premios municipales de cine, 1985. El film nos trae el trabajo profesional de un periodista junto a su involucración con dos mujeres, un macho y dos hembras, que evidencian las relaciones de poder implícitas en la pareja y la crisis de ésta, enmarcados en los últimos años de bonanza petrolera que vivió el país.

Por último, podemos citar algunos títulos de películas nacionales que se estrenaron el año pasado y cuyo resultado fue bastante frustrante para crítica y público. Por ejemplo, "La Hora Texaco", de Eduardo Barberena, "La Hora del Tigre", de Alfredo Lugo, "Profesión vivir", de Carlos Rebolledo, quizás la única película verdaderamente de autor en toda la muestra, "Ratón de ferretería", de Román Chalbaud y "La Muerte insiste", de Javier Blanco, una de las películas más insulsas e incomprensibles de este año.

Para terminar, tenemos que reseñar con alarma la declinación de cortometrajes en el país. La falta de financiación, estatal o privada, junto a la dificultad de mostrar su producción en cine o televisión han motivado esta caída. También creemos que ha influido el hecho de que muchos cineastas emplean el cortometraje como un trampolín hacia la producción de largometrajes, lo cual nos parece también una falla. Pero el futuro parece sonreír a la industria cinematográfica nacional para este año 1986, en el que se esperan batir todos los records. Esperemos que los pronósticos se cumplan.

JUAN RULFO: SE MARCHO SIN ACABAR DE IRSE

En los albores de este año 86, en los primeros días de este Enero seco y frío como la tierra de Jalisco que hace 68 años le había visto nacer, se despidió para siempre Juan Rulfo, el gran maestro de la literatura latinoamericana. Se despidió tan silenciosamente como había vivido. Se despidió sin despedirse. Se nos marchó sin acabar de irse. En homenaje al maestro, reproducimos a continuación algunos párrafos del trabajo titulado "La tierra de Juan Rulfo" que, firma-

do por Francisco Valdés Treviño, publicó el diario **El Nacional** el 19 de ese mismo mes de Enero.

"¿Qué tierra es ésa? Esa tierra reseca, esa tierra estéril, esa tierra de murmullos, esa tierra de presagios: es la tierra de Juan Rulfo. La tierra, sus fantasmas y sus personajes. Originario de una tierra seca y devastada, áspero paisaje y reducido horizonte, Juan Rulfo, alquimista del lenguaje, transformó la sequía del paisaje en la vivencia del pasaje literario rescatado del lenguaje y del ser de la gente de su pueblo".

"La obra literaria de Juan Rulfo la constituyen una colección de cuentos agrupados bajo el título de "El llano en llamas"; una novela: "Pedro Páramo"; "El gallo de oro", guión cinematográfico; y otros cuentos, no coleccionados hasta ahora, aparecidos en revistas. Aunque reducida en términos cuantitativos, su calidad es incalculable y esto ha hecho de Rulfo uno de los pilares de la literatura universal y el maestro por excelencia de las letras latinoamericanas".

"Juan Rulfo fue, ante todo, un profeta de la imaginación. Su novela y sus cuentos incursionan en zonas donde el espíritu es eterno. Su genialidad radicó en romper las barreras del tiempo y espacio y transportar la imaginación a la tierra de lo perdurable. El propio Rulfo afirma: "En realidad, nunca he usado, ni en los cuentos ni en Pedro Páramo, nada autobiográfico. No hay páginas allí que tengan que ver con mi persona ni con mi familia. Los personajes conocidos no me dan la realidad que necesito y que sí me brindan los personajes imaginados".

"Oasis de las voces y los sueños tangibles, la obra de Juan Rulfo está poblada de ánimas en pena y presagios capturados en la esencia del hombre y de los pueblos. Por eso Juan Rulfo trasluce con su pluma lo inefable. Por eso la maestría de su obra, murmullo que la vida misma repite en un tiempo sin tiempo. No hay límite entre el espacio y el tiempo. Los muertos no tienen tiempo ni espacio, así como aparecen, se desvanecen".

"¿Quién haría ese llano tan grande? ¿Para qué sirve ese llano tan grande? No hay caminos, no hay pájaros, no hay nada. El desamparo del hombre, el paisaje desolador, la tierra estéril, la tierra árida, caliente, está siempre presente en la obra de Juan Rulfo. Es la misma tierra que ahora recibe sus cenizas".

LA GUERRA DEL ETER

Setenta y seis emisoras extranjeras, la mayoría en discrepancia con la línea política de la Revolución Sandinista, bañan con sus ondas herzianas diariamente Nicaragua, de acuerdo a un estudio realizado por Howard H. Frederick, un norteamericano profesor de la Escuela de Medios de Comunicación de Ohio.

El estudio de Frederick, de más de cincuenta páginas, se basa en el monitoreo realizado por el autor durante más de seis meses en todo el territorio nicaraguense, así como en Costa Rica, Honduras y El Salvador e incluye trozos de emisiones transcritas de grabaciones.

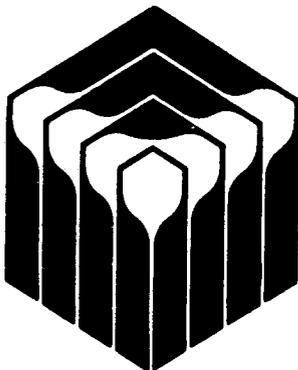
Cuarenta y cinco emisoras, de ellas 26 de Costa Rica, 18 de Honduras y una de los Estados Unidos (**La Voz de las Américas**) constituyen la columna vertebral de lo que Frederick llama "una agresión radial contra los sandinistas", toda vez que sus emisiones noticiosas se dedican particularmente a desacreditar al gobierno de Nicaragua en tanto se hace la apología de quienes lo combaten.

El autor señala, por ejemplo, que las emisoras comerciales costarricenses que entran con una buena señal en Nicaragua, han aumentado "sospechosamente su potencia de emisión, así como sus espacios informativos que están dedicados en su casi totalidad a polemizar con el gobierno de Nicaragua al que llaman totalitario y una amenaza para la democracia costarricense".

¿A quien beneficia esta campaña y de dónde salen los fondos para hacer de pequeñas emisoras nuevas potencias radiales en Centroamérica?, se pregunta Frederick para responderse a renglón seguido: "no parece lógico el aumento de potencia de una emisora comercial sobre todo en un país sumido en la crisis económica y entonces no queda otro remedio que sospechar que hay un oscuro origen en esos fondos".

Como ejemplo del eventual origen de los dineros, cita el hecho de que la mayoría de las emisoras que han crecido también han aumentado sus espacios "culturales", noticiosos y políticos que proporciona la extensión informativa de la embajada de los Estados Unidos en todos los países de América Latina".

FUNDATE



Gobernación y Concejo Municipal del Distrito Federal

CREDITOS CULTURALES 1986

El Comité Ejecutivo de Fundarte informa que cumpliendo con las disposiciones que demandan los Estatutos de la Fundación con sus planes, programas y presupuestos, se ha efectuado el proceso de selección de los grupos culturales que obtendrán en 1986, el beneficio de créditos culturales.

La selección es producto de un riguroso estudio realizado por la Comisión de Créditos Culturales integrada por miembros del Comité Ejecutivo y sancionada por autoridades de la Fundación. En el análisis, cuyos resultados damos hoy a conocer a la opinión pública, fueron tomados en consideración los siguientes elementos:

Disponibilidad presupuestaria de la partida, las opiniones de los Directores de Área de Fundarte, las opiniones individuales y colectivas de los miembros de la Comisión, que se abocaron al análisis de los proyectos financieros y programáticos de cada solicitud.

Se intentó una distribución proporcional entre las áreas de acuerdo al número de solicitudes presentadas, se procuró el respaldo a proyectos presentados tanto por grupos de reconocida trayectoria como aquellos grupos nuevos respaldados por el curriculum de sus integrantes y el interés de los proyectos. En general los montos de los créditos fueron asignados teniendo en cuenta las solicitudes, pero las cualidades fueron ajustadas de acuerdo a los cálculos realizados por la Comisión en virtud de la disponibilidad de la partida presupuestaria a los cuales se cargarán los gastos de este programa.

AREA: COMUNICACION SOCIAL

**CENTRO DE COMUNICACION SOCIAL «JESUS MARIA PELLIN»
ASOCIACION DE PERIODISTAS PARA EL ARTE Y LA COMUNICACION
ASOCIACION VENEZOLANA DE CRITICOS CINEMATOGRAFICOS
ANI VILLANUEVA
EMEU PRODUCCIONES, C.A.
TALLER DE ARTE GRAFICA
CARALCINE
ASOCIACION NACIONAL DE AUTORES CINEMATOGRAFICOS DE VENEZUELA
FEDERACION NACIONAL DE CULTURA POPULAR
TALLER DE INFORMACION Y DOCUMENTACION DE LA CULTURA
AFRO- VENEZOLANA (ITIDCAVI)
D'LIMA OVALLES WALDEMAR
EMISORA CULTURAL DE CARACAS
ASOCIACION DE ESCRITORES DE VENEZUELA**

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.

- *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 Pelayo 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 Ota. 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 Ezequiel Zamora Telf.: 41.259. **Corresponsalías Internacionales - NUEVA YORK:** Telf.: (212) 481.00.85/88. **MIA-MI:** 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.: 23.29.12/28.19.15/28.23.70. **LONDRES:** Telf.: 24.87.40 49. **MONTEVIDEO:** Telf.: 91.45.39. **ARUBA:** Telf.: 48.758.

SUMARIO

PRESENTACION

ESTUDIOS: IDENTIDAD AGREDIDA

* Crisis en la "Aldea Global"	5
* Identidad Nacional y Cultura de Masas en Venezuela	11
* Lo Extranjero de lo Internacional —el Caso de la Prensa—	25
* Escaramuza en una Batalla Perdida — 1 X 1 —	35
* Aculturación en la Televisión Venezolana	42
* La Mitología Transnacional	60
* Yo sin Ti no valgo Nada —Lo extranjero en la estructura de producción y mercadeo de la industria disquera venezolana	70
* Las Nuevas Tecnologías y su componente extranjero	78

DOCUMENTOS

* La autoimagen nacional de los venezolanos	98
* La sociedad contemporánea y la manera narcisista de vivir	101
* Un Congreso para la Tecnología Popular —Una alternativa de Identidad Nacional	108

GUIA BIBLIOGRAFICA	113
--------------------------	-----

INFORMACIONES	115
---------------------	-----

Bs. 30,00



Centro de Comunicación Social
Esquina Luneta, Edif. "Centro Valores"

- Telf. 563.5096

Caracas 1010-A - VENEZUELA