

# comunicación

ESTUDIOS VENEZOLANOS DE COMUNICACION No. 55

---



## REDES INTERMEDIAS Y LOCALES

# comunicación

ESTUDIOS VENEZOLANOS DE COMUNICACION  
PERSPECTIVA CRITICA Y ALTERNATIVA

## EQUIPO COMUNICACION

Jesús María Aguirre  
Marcelino Bisbal  
José Ignacio Rey  
Berta Brito  
Francisco Tremonti

## DIAGRAMACION Y MONTAJE

Rodolfo Núñez

## COMPOSICION DE TEXTOS

Elizabeth Scott

## PUBLICIDAD Y RELACIONES PUBLICAS

María Fernanda Mujica

## DISTRIBUCION

Ronald T. Romero

## IMPRESION

Gráficas León, S.R.L.

## SUSCRIPCIONES

(4 números: 1 año)

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

Envíe su pago a:

CENTRO GUMILLA

Edificio Centro Valores, local 2

Esquina Luneta

Apartado 4838

CARACAS 1010-A



---

# SUMARIO

---

PRESENTACION .....	3
ESTUDIOS: REDES INTERMEDIAS Y LOCALES	
• Por un Periodismo Comunitario .....	5
• El Desarrollo de la Prensa Regional .....	15
• Un Día en la Prensa de Provincia .....	23
• La Publicidad en la Prensa de Provincia .....	30
• Niños Cantores TV: Crónica de un Conflicto .....	36
• Radio Occidente: Modelo de Radiodifusión al servicio del Desarrollo .....	42
• Tele-Boconó: ¿Una Experiencia de TV Alternativa y Regional? .....	47
• Una experiencia experimental de TV: SET .....	58
• El periódico vecinal como entrada a la comunicación popular .....	63
DOCUMENTOS	
• Libertad de Expresión: un mundo de medias verdades .....	69
• Red Iberoamericana de Revistas de Comunicación y Cultura .....	73
• Educación, Comunicación e Informática: Conclusiones del Seminario Latinoamericano (Caracas, 20-23 Octubre, 1986) .....	76
• Rafael Naranjo Osty o la pasión del derecho .....	78
• Los Acuerdos de la VI Convención del CNP .....	80
GUIA BIBLIOGRAFICA .....	85
INFORMACIONES .....	87

---

# PRESENTACION

---

A la explosión cuantitativa de las redes de difusión masiva, cada vez más monopólicas, ha acompañado una crisis de las comunicaciones, reducidas a flujos unidireccionales, culturalmente homogeneizados y sometidos a la lógica mercantil, a pesar de los intentos de readaptación des-concentrada.

La tendencia impuesta por las economías de escala de las trans-nacionales, específicamente en el campo de las comunicaciones, se ha caracterizado por los modelos de centralización tecnológica, la integración multicanal, la estandarización de los productos culturales y la aglomeración de receptores segmentados a lo sumo por los perfiles de consumo.

Este proceso ha implicado a nivel internacional la quiebra de las fronteras culturales, ceñidas a menudo a los contextos nacionales y protegidas por erráticas políticas gubernamentales. El desarrollo de los satélites, el flujo transnacional de datos, las transmisiones de las agencias internacionales, y la telematización generalizada han puesto en jaque técnica y jurídicamente los espacios estatales.

A nivel nacional, la misma lógica mercantil, reforzada por imperativos de unificación política, ha privilegiado los sistemas de difusión que abarcan todo el perímetro del Estado, en desmedro de las redes regionales o provinciales, los medios autonómicos y los soportes locales.

Otros niveles intermedios de la sociedad civil de carácter no administrativo-político, pero con cierto grado de institucionalización (asociaciones de vecinos, gremios y sindicatos, grupos eclesiales, movimientos ecologistas, cooperativas de servicios, mancomunidades...) resisten el choque de una industrialización y urbanización que configuran los espacios de la vida humana y de las comunicaciones solamente por el rasero de la lógica producción-consumo mercantil.

Como reacción crítica y alternativa han surgido procesos implosivos que cuestionan el monopolio del modo de producción industrial imperante, especialmente en el campo de las comunicaciones. Va cobrando mayor vigor la consideración de los umbrales críticos de las organizaciones económico-políticas y aun tecnológicas, devoradas por las distorsiones de los monstruosos aparatos burocráticos y tecnocráticos.

Porque, en efecto, la monopolización en gran escala, sea privada o pública, va destruyendo los lazos sociales intermedios y desintegrando las redes para una convivencia armónica con el entorno natural y controlable por el factor humano, según las dimensiones locales, relacionadas, sobre todo, con el espacio de la vivienda y el trabajo, y articuladas a través de los espacios regionales.

En esta perspectiva sólo el control de los medios por parte de los grupos de referencia implicados, más que la injerencia de expertos, sean burocratas o tecnócratas, puede garantizar el mayor y más libre acceso-participación. Pues, un pueblo existe en la medida en que cobra representación en los medios sociales.

Ya en otros números de nuestra revista hemos presentado los problemas específicos derivados de la transnacionalización (números: 18; 33-34; 46; 49-50) y su impacto en la cultura nacional (números: 53; 54), así como las tendencias alternativas que afloran en el seno de Latinoamérica y Venezuela (números: 28-29; 35-36).

Esta vez se muestran un conjunto de experiencias venezolanas situadas a nivel intermedio entre la difusión nacional y las comunicaciones de base institucionalizadas; es decir, las redes regionales o provinciales, y locales, que sufren los embates de una readaptación nacional o despuntan entre los intersticios de una sociedad, aún civilmente desintegrada.



## POR UN PERIODISMO COMUNITARIO

---

SIRIO J. VALBUENA

### I. LAS ESCUELAS DE COMUNICACION SOCIAL Y EL PERIODISMO COMUNITARIO

#### 1. ¿Cuánto hemos avanzado en el Discurso de la Comunicación Alternativa?

Venezuela es pionera, a través de sus periodistas e investigadores, en cuanto a la formulación conceptual que originó lo que hoy conocemos como comunicación alternativa, comunicación democrática o prensa alternativa.

Se puede afirmar que es una consecuencia inmediata del floreciente período que en materia de investigación se inicia en la década de los años 60, en el campo de las ciencias sociales, y dentro de ellas la comunicación social. Desde entonces, y de manera particular durante la década siguiente, ha resultado decisivo la contribución de los investigadores sociales en la formulación de los proyectos políticos atribuidos a los partidos pertenecientes a la llamada "nueva izquierda". En cada uno de esos proyectos se pueden encontrar proposiciones transformadoras del esquema correspondiente a la comunicación masiva. Ello explica por qué algunos especialistas de la comunicación afirman que el término "alternativa" se utilizó por primera vez en documentos políticos en donde se pretendió abordar teóricamente la crisis que durante 28 años ha padecido nuestro sistema democrático.

Sin embargo, los intentos más significativos en el abordaje de los problemas que genera la industria periodística, utilizando el arsenal teórico que proporciona el modelo de análisis correspondiente a la comunicación alternativa o la prensa alternativa, los encontramos al despuntar los años 80. Uno de esos primeros intentos lo constituye el II Encuentro de Periodistas del Area Andina, en el cual el periodista y profesor universitario Gilberto Alcalá presentó la ponencia "La Prensa Alternativa como Reto para los Periodistas Latinoamericanos". Sobre la base de esta ponencia y los aportes hechos por la Unión de Periodistas del Ecuador, se determinó que "Frente al monopolio que ejercen en países las transnacionales de la información y las grandes empresas de la Comunicación Social, se impone la creación, el desarrollo y el fortalecimiento de la comunicación alternativa, dedicada a destacar los hechos y asuntos de interés de las grandes mayorías de nuestros pueblos y a denunciar la desinformación, el coloniaje cultural, la dependencia económica, política, social, etc." (1)

Un año después un grupo de profesores de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad del Zulia: Xiomira Villasmil, Migdalia Pineda y Marta Colomina, presentan ante el IV Encuentro Nacional de Investigadores de la Comunicación una ponencia contentiva de un denso análisis teórico, muy importante para la toma de conciencia crítica frente al complejo problema

que representan los medios de difusión masiva en nuestro país. En el mismo orden de ideas se puede enumerar valiosos aportes hechos por Eleazar Díaz Rangel, Marcelino Bisbal, Héctor Mujica, Federico Alvarez, Evangelina García Prince.

Este breve recuento sobre el camino andado en función del perfeccionamiento del discurso sobre la comunicación alternativa nos lleva a afirmar que pareciera predominar entre los especialistas, el convencimiento de que hemos logrado reunir un arsenal teórico con el cual nos abriremos paso para profundizar la democracia, mediante la formulación de respuestas congruentes, según el comportamiento que asuma la lucha de clases en nuestro país.

En cuanto al tema que será desarrollado en las páginas siguientes: la enseñanza del periodismo comunitario en las Escuelas de Comunicación Social, queremos dejar claro que el mismo se inscribe teóricamente hablando, en el marco conceptual que se recoge en la ponencia de las profesoras Pineda, Villasmil y Colomina, quienes al tratar de justificar "la contrafunción que debe desempeñar el germen del discurso alternativo", afirman lo siguiente:

*"El objetivo de ese discurso alternativo es transformar el proceso a partir de una ruptura radical con el modelo burgués de la difusión masiva para lograr la liberación del habla, de la actividad y de la creatividad populares, mediante la creación de esquemas simbólicos, ideológicos y políticos propios de la clase y grupos sociales dominados" (2)*

## 1.1. ¿En qué Contexto nace la Comunicación Alternativa en Venezuela?

### 1.1.1. El Petróleo y la aparición de la llamada "Gran Prensa"

El desarrollo de la industria petrolera, a través de la creciente penetración del capital extranjero proveniente de la Royal Dutch-Shell y la Standard Oil, constituye el principal motor que acelera el proceso modernizador de la prensa en Venezuela.

Como es sabido, inmediatamente después de la muerte del dictador Juan Vicente Gómez se funda el diario "Ahora", con el cual se inicia ese proceso modernizador. Este adquiere su mayor expresión en la década de los años 40, la que se transforma en el escenario ideal para la consolidación de los diarios que conforman la "Gran Prensa".

Factores como la aparición de la industria publicitaria, gracias al crecimiento de los sectores comercio e industria; el fortalecimiento de la experiencia democrática que comienza con el General Medina Angarita; el afianzamiento del país como suplidor petrolero del mundo occidental, una vez que finaliza la II Guerra Mundial; crean las condiciones necesarias para el florecimiento de empresas periodistas como Últimas Noticias, El Nacional, El Universal y La Esfera.

Con estos diarios y algunas publicaciones no diarias como, por ejemplo la revista "Elite", se define el modelo de prensa capitalista vignete en nuestro país.

Como tal, ese modelo de prensa conlleva las características que le imprime el proyecto económico, político y cultural que asume la naciente burguesía nacional en un país subdesarrollado. Se trata de un modelo centralista que, desde el punto de vista político y económico, promueve la expansión y perfeccionamiento de los medios de difusión masiva desde la capital hacia las ciudades que gradualmente se tornan en exponencias de los polos de desarrollo regional.

### 1.1.2. ¿Cómo opera el Modelo Centralista de Prensa?

Durante muchos años en Venezuela se habló de la prensa de Caracas y "la del resto del país". Ello es el resultado de los efectos distorsionadores y un tanto paradójicos del modelo mencionado. Mientras los diarios editados en Caracas nada tienen que envidiar a los homólogos que circulan en las grandes capitales latinoamericanas, en el interior de nuestro país sólo encontramos hoy en día un puñado de periódicos que apenas si, dentro de la estrategia de domi-

nación de la burguesía nacional, cumplen con esa misión.

Como es fácil suponer, al lado de la prensa mediana que opera en la Provincia, se encuentran varias docenas de pequeñas publicaciones que deben someterse a las "reglas" del juego para solventar los problemas que significa la consecución de papel y la escuálida pauta publicitaria que les permite sobrevivir.

### 1.1.3. Origen del Periodismo Comunitario

El antecedente más lejano de lo que se conocía inicialmente como periodismo comunitario, lo ubicamos cronológicamente en la cuarta década del siglo XIX en Inglaterra, cuando los dirigentes de los obreros que llevaban sobre sus hombros la Revolución Industrial, decidieron fundar el semanario *The Poor Man's Guardian*, con el propósito de ponerlo a circular en los barrios formados en torno a las grandes fábricas londinenses. Una de las principales funciones asignadas a éste y otros periódicos similares creados posteriormente, fue la de estimular a la masa trabajadora para que aprendiera a leer en ellos.

Pero es en realidad el concepto del periodismo comunitario que prevalece en los Estados Unidos, al comienzo del presente siglo, el que llega hasta nosotros. Se pensó ilusoriamente que se trataba entonces de un periodismo "nuevo". Este adquirió identidad propia en el momento en que prevalece la prensa "amarillista" que volvió por sus fueros en los Estados de la Unión, una vez que llegó a su término la Primera Guerra Mundial.

Las publicaciones -principalmente no diarias- que representan ese periodismo aparentemente nuevo, tienen una motivación fundamentalmente racial, al menos en sus primeros momentos. Por ejemplo, los periódicos que se editan en la ciudad de Nueva York en 1979, deben tomar en cuenta los intereses y necesidades de 44 grupos étnicos (3)

Se puede concluir en tal sentido que el común denominador que garantiza el éxito de este tipo de prensa desde sus inicios, es el abandono que padecen millones de inmigrantes procedentes de diversas regiones de Europa y la población negra que se siente marginada en su propio país. Pero en términos generales se puede afirmar que a pesar de esa realidad, la actividad periodística que despliegan los líderes de esas comunidades, está enmarcada dentro de los parámetros de W. R. Hearst y J. Pulitzer, los máximos exponentes del periodismo "amarillista". Es decir, quienes hacen ese periodismo ofrecen una visión fragmentada de la realidad norteamericana, lo que en definitiva se traduce en una función legitimadora del sistema dominante.

### 1.1.4. Subdesarrollo y Periodismo Comunitario

La concentración de las actividades económicas, políticas y culturales en un grupo reducido de ciudades y los efectos nocivos del modelo centralista que sirve de guía a nuestra prensa, no solamente ha negado las posibilidades de desarrollar publicaciones o proyectos dirigidos a las organizaciones que se integran en el nivel microsociedad (asociaciones de vecinos, sindicatos u organizaciones de consumidores), sino que ha reducido a la mínima expresión la presencia de publicaciones de corte tradicional, que circulan entre las pequeñas comunidades.

Dificultades insalvables en materia publicitaria y las presiones políticas o de grupo que muchas veces se ejerce sobre los periodistas o las personas que adelantan proyectos de esa naturaleza, tornan en efímeras la mayoría de las publicaciones que circulan ocasionalmente.

Los grandes grupos económicos mantienen centralizada la publicidad en la capital de la República, a través de agencias que crean innumerables requisitos de cumplimiento previo para otorgar los deseados "avisos". A esto último se agrega la manipulación de la cual es objeto la pauta publicitaria de los organismos gubernamentales, particularmente cuando se trata de pequeñas publicaciones. Además de tener que colocar por delante el carnet del partido de turno o la consabida tarjeta de recomendación, el periodista se ve mediatizado las más de las veces para ejercer su derecho a la crítica, aun cuando esta exprese sólo una posición reformista.

En resumen, el nivel de participación de los actores que constituyen los sistemas comunicativos en el nivel microsocia! es insignificante en la sociedad venezolana, en razón de la naturaleza y los intereses que se ocultan detrás de cada uno de los periódicos que representan el modelo de prensa impuesto por la burguesía nacional.

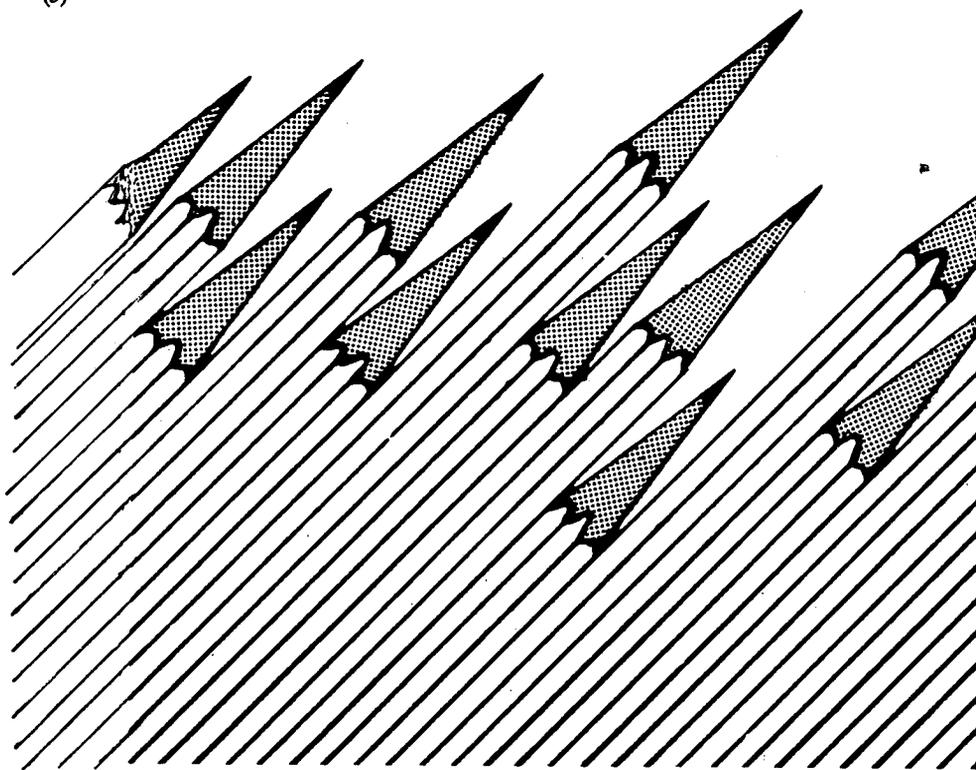
La profesora Midgalia Pineda realizó una investigación en 1982, en la cual se desmonta ese modelo de prensa. Para este trabajo, cuyo título es "Estructuras Informativas: Simbolización y Poder", ella tomó una muestra representativa compuesta por El Diario de Caracas, Panorama, El Nacional

Entre los hallazgos atribuibles a esta investigación, está el de haberse comprobado que en el proceso de producción periodístico de la "gran prensa", los criterios de valorización de los hechos noticiables, explican por sí solos la exclusión que se hace diariamente del potencial caudal noticioso relacionado con el esfuerzo creador de las comunidades.

Se explica, por ejemplo, en la investigación que los "resultados demuestran cómo la **inmediatez** y la **actualidad** son los rasgos más frecuentemente destacados en los hechos reportados como noticias, con lo cual se confirma que estos criterios de calificación están determinados por los parámetros de lo que el periodismo norteamericano define como "características noticiosas" (4).

*"Precisamente los criterios de actualidad e inmediatez, agrega la profesora Pineda, son los más propios de un proceso periodístico donde la producción de la noticia está decidida por intereses de rentabilidad, rapidez y menores costos, lo cual redundo en el tratamiento trivial de los hechos que son procesados como materiales informativos"*.

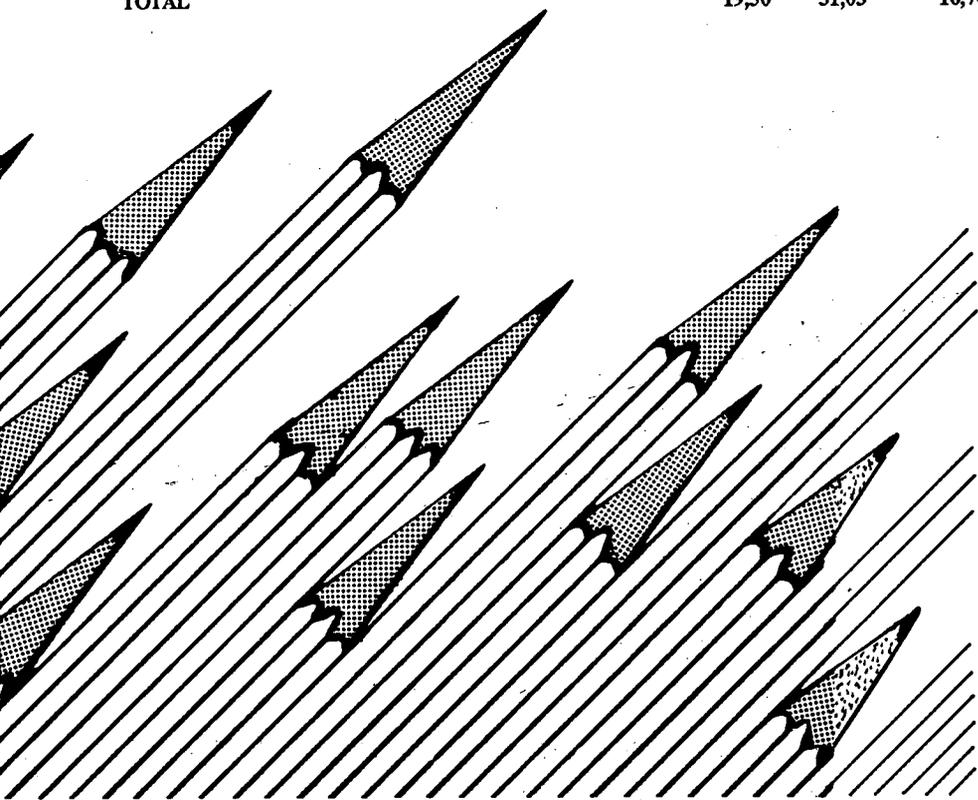
(5)



Para respaldar sus afirmaciones, la mencionada investigadora contrasta los resultados de las mediciones hechas en los tres periódicos, sobre la base de tres categorías en relación con la autoría de los hechos que se ofrecen como noticia: instituciones, personas particulares y los gremios, asociaciones y sindicatos. Al efecto ella elaboró el siguiente cuadro:

### ACTORES O PROTAGONISTAS DE LOS HECHOS RESEÑADOS POR LOS DIARIOS

ACTORES	DIARIOS		EL DIARIO	
	PANO- RAMA	EL NA- CIONAL	DE CA RACAS	
	-%-	-%-	-%-	
INSTITUCIONES	POLITICAS-GUBERNA-MENTAL	9,45	18,05	6,49
	ECONOMICAS	3,59	4,05	5,54
	CULTURALES Y ARTISITICAS	0,88	2,17	0,58
TOTAL	EDUCATIVAS	1,73	2,26	0,99
	DEPORTIVAS	1,01	1,37	0,49
	CIENTIFICAS	0,55	0,85	0,66
	COMUNICACIONALES	0,59	0,93	1,99
	OTRAS	1,31	1,32	—
	<b>19,30</b>	<b>31,03</b>	<b>16,74</b>	



	DEPORTIVAS	14,64	8,98	5,66
	CIVILES	1,01	1,41	0,91
	CULTURALES	0,50	0,91	1,16
ASOCIACIONES	ORG. SINDICAL	2,03	1,98	1,91
SINDICALES O	PROFESIONALES	1,73	1,22	0,74
GREMIALES	EDUCATIVAS	0,35	0,28	0,24
	POPULARES	0,19	0,35	0,16
	OTRAS	0,08	0,24	—
<b>TOTAL</b>		<b>20,53</b>	<b>15,43</b>	<b>10,78</b>
	DEPORTISTAS	11,34	7,75	8,15
	POLITICOS	11,64	9,57	8,15
	PERSONA DEL ARTE O LA CULTURA	0,84	2,73	4,66
PERSONAS	ARTISTAS FARANDULA	1,04	1,82	3,91
PARTICULARES	CIUDADANO DE LA COM.	4,44	1,77	1,58
	PROMOTORES DEPORTE	0,76	0,35	—
	EMPRESARIOS	0,97	0,68	2,08
	OTROS	3,89	2,17	3,58
<b>TOTAL</b>		<b>34,92</b>	<b>26,84</b>	<b>42,44</b>

De acuerdo con la orientación de nuestro análisis, vale la pena destacar de ese cuadro los resultados que arroja la investigación cuando coloca en el rol de actores de las noticias a los gremios, asociaciones y sindicatos, así como las personas particulares. Primeramente se observa que las asociaciones civiles y culturales oscilan entre 0,50% y 1,41% en la medición de los materiales informativos, mientras que las instituciones políticas-gubernamental representa el 18,05% en el caso de *El Nacional*, 4,46% en *Panorama* y 6,49% en *El Diario de Caracas*. situación en lo que se refiere a la representación de las asociaciones sindicales y gremiales no es menos interesante: En ningún caso sobrepasan el 2,03% del espacio disponible en los tres periódicos. Por su parte, las instituciones económicas están representadas hasta en un 5,54% en *El Diario de Caracas*; en contraste con el 0,58% de las instituciones culturales y artísticas en ese mismo diario y 2,17% en *El Nacional*.

En relación con la autoría de las personas particulares, sobresale el hecho de que los políticos aparecen con el 18,48% en *El Diario de Caracas*, 11,64% en *Panorama* y 9,57% en *El Nacional*. Las personas pertenecientes al área del arte o la cultura ocupan el 0,85% en *Panorama* y el 2,73% en *El Nacional* y el 4,66% en *El Diario de Caracas*.

A la significación que tienen en sí mismo los porcentajes arriba señalados es necesario agregar, a manera de comentario, que la información por ellos representada, no es expresión genuina de los intereses de los gremios, sindicatos o asociaciones de vecinos. Para comprobarlo basta con observar la praxis que se impone cotidianamente en la redacción de los periódicos de mayor circulación, a través de la cual el periodista debe aplicar los criterios de la empresa en la valoración de los hechos que se deben publicar al día siguiente.

## II. ¿POR QUE LAS ESCUELAS DE COMUNICACION SOCIAL?

### 2.1. Una recomendación que se mantiene vigente

El ya citado II Encuentro de Periodistas del Area Andina produjo un conjunto de Resoluciones y Recomendaciones que, a nuestro juicio, no han generado la acción vigorosa y coordinada que era de esperarse en el caso concreto de Venezuela.

Atendiendo a su pertinencia transcribimos a continuación el texto de dos de tales resolu-

ciones o recomendaciones, las cuales fijan directa o indirectamente el rumbo que deben seguir las Escuelas de Comunicación Social para enriquecer la praxis en el campo de la comunicación o la prensa alternativa.

- "Que las universidades, en la formación de los estudiantes de periodismo, incluyan en sus programas de estudio materias o seminarios sobre la información alternativa y sobre la realidad de los pueblos, para que asuman su tarea profesional con responsabilidad y conciencia".

- "Que las asociaciones nacionales de periodistas patrocinen la capacitación y formación de sus afiliados y de estudiantes de periodismo, a fin de que desarrollen medios alternativos de comunicación en ámbitos populares de trabajo, con una real participación de las comunidades y de amplios sectores sociales" (6).

Aun cuando tenemos presente que existen serias dificultades de comunicación (en términos de fluidez) de carácter institucional y entre sus docentes, consideramos que es muy poco o casi nada lo que se ha hecho para darle cumplimiento a las dos resoluciones o recomendaciones ya señaladas en el seno de las Escuelas de Comunicación Social.

De allí que hayamos considerado oportuno plantear de manera general el tema del periodismo comunitario, no solamente enmarcado en la concepción de la comunicación alternativa que se maneja en nuestro gremio, sino como parte de la temática curricular inherente a esas Escuelas.

## **2.2. La Práctica de "Producir" Periodistas de acuerdo con las Necesidades de la Industria Periodística**

En las oportunidades en que se han producido cambios curriculares en nuestras escuelas de Comunicación -tómese como una afirmación general-, se ha aceptado como una verdad de Perogrullo que los pensa deben modificarse en cada caso, atendiendo a las necesidades de la industria periodística.

Ello significa que los programas de estudio deben concebirse sobre la base de un objetivo fundamental: mantener el equilibrio entre la oferta -representada en este caso por los egresados- y la demanda que nos refiere a quienes tienen la capacidad empleadora.

Dicho de manera más gráfica: si para el momento de reestructurar el pensum de la Escuela, se estima -generalmente de manera muy poco científica- que los dueños de los periódicos necesitan reporteros gráficos o secretarios de redacción, el mayor esfuerzo se concentra en la solución de tales situaciones o problemas.

La generalidad de las veces se ha estado soslayando el abordaje crítico de los cambios que se han operado en la sociedad venezolana durante los últimos diez años, aproximadamente. A continuación mencionamos algunos de ellos:

a) Acentuado proceso de concentración, en el lapso señalado, de la propiedad sobre los principales medios de difusión masiva; con el agravante de que algunos de los empresarios que han acrecentado el control sobre la información que se sirve diariamente a los venezolanos, mantienen estrechos vínculos con el capital transnacional (recuérdese los resultados de la investigación realizada en 1983 sobre la "Estructura Económica General del Medio Prensa" que fue publicada en la Revista Comunicación No. 44).

Además de ser la negación de los principios de la comunicación democrática, ese modelo de propiedad monopólica u oligopólica en el campo de la información, está creando serios problemas en la contratación de los nuevos egresados, especialmente cuando éstos deben trabajar en el interior del país en calidad de corresponsables o colaboradores eventuales. Como fuentes empleadoras todopoderosas que son, sus representantes pueden darse el lujo de actuar impunemente como contratantes del periodista, quien muchas veces se cohibe de hacer exigencias que considera justas, antes de aceptar un determinado empleo.

b) Abierta identificación entre los partidos AD y COPEI y los grupos empresariales que

controlan los medios de difusión masiva. Hecho éste por demás evidente durante el desarrollo de las últimas campañas electorales presidenciales. Ello significa que aquellos futuros egresados que no compartan la línea informativa de la empresa o el credo de uno u otro partido, les será muy difícil el ingreso a esos medios (hay por supuesto algunas excepciones). Y si alguna vez logran una oportunidad de trabajo, deberán hacer verdaderas "maromas" intelectuales para mantenerse en el cargo.

c) El significativo desprestigio que ha deparado a los partidos del status la actual crisis económica, la cual ha afectado profundamente a todo el organismo social desde el famoso "vienes negro". Esta crisis, además que deteriora progresivamente las condiciones de trabajo de los periodistas, plantea un reto a las Escuelas de Comunicación Social, en lo que se refiere a la necesidad de diversificar las fuentes de trabajo.

d) Amplios sectores de la población venezolana se sienten cada vez menos representados en los contenidos informativos que les sirve diariamente la llamada "gran prensa", con la excepción del diario "El Nacional", que aún conserva una línea editorial e informativa medianamente democrática. Este sentimiento en el seno de las masas no nos debe extrañar, si recordamos las cifras que proporciona la investigación realizada por la profesora Pineda.

Ese estado de indefensión en que se encuentran gremios, sindicatos, organizaciones artísticas y culturales y las asociaciones de vecinos en materia informativa, ha originado movimientos de proyección nacional que están procurando dotarse de alguna manera de publicaciones propias. La temática que cubren las mismas va desde los problemas sindicales vecinales hasta la defensa del medio ecológico.

En Maracaibo, por ejemplo, han surgido en los últimos tres años varias publicaciones que pretenden dar respuesta a las necesidades de información, desde el punto de vista individual y colectivo en el nivel microsociedad. Entre ellos tenemos los quincenarios *El Rotario y Contacto Vecinal*, voceros ambos de populosos sectores de la ciudad; recientemente tuvimos la oportunidad de leer el primer número de la revista *El Zulia Sindical*, la cual se presenta como vocero independiente auspiciado por Fetrazulia, asimismo *El Boletín*, órgano Informativo del IMAU, dirigido especialmente hacia las 150 asociaciones de vecinos, aproximadamente, que funciona en la Capital Zuliana.

Si vinculamos esos cambios con la responsabilidad ética y político-académica que tienen las Escuelas de Comunicación de transformarse institucionalmente al ritmo que impone nuestra realidad social, llegamos a la conclusión que aquella verdad de Perogrullo que indicamos al hablar de la "producción" de periodistas, puede asumir en un momento determinado la connotación de una trampa de carácter ideológico.

Esa trampa se pone de manifiesto cuando promovemos, tardía y además parcialmente, las necesarias transformaciones curriculares, como es el caso de la Escuela de LUZ. Asimismo cuando asignamos un peso curricular exagerado a la formación técnico-profesional y disminuimos el número de materias pertenecientes a las ciencias sociales (en Función de la Formación General) y las humanidades.

Un ejemplo muy concreto lo tenemos en la Escuela de Comunicación Social de la Universidad del Zulia con motivo de la Reforma Curricular que culminó el pasado año. En esa oportunidad se consideró como "poco relevante" la inclusión de una materia sobre literatura al igual que mantener Historia de los Medios de Comunicación Social en los primeros niveles del plan curricular.

### **III. EL PERIODISMO COMUNITARIO EN PLANES DE ESTUDIO DE TERCERO Y CUARTO NIVEL**

#### **3.1 Una cosa es Querer Hacer y otra Poder**

La primera condición para que la Comunicación alternativa o la prensa alternativa se torne,

en términos de sus postulados, en una guía para la acción cotidiana de los periodistas, es que éstos, no solamente comparten esos postulados, sino que se sientan en poder de las herramientas teórico-prácticas necesarias para llevar adelante cualquier idea o proyecto que promueva la ruptura del orden comunicacional impuesto por las clases dominantes.

Se entiende entonces que son las Escuelas de Comunicación Social las instituciones a las que corresponde ofrecer la respuesta adecuada en materia curricular.

En el caso específico del nuevo periodismo comunitario o periodismo popular -que representa nuestra propuesta-, concebido además, repetimos, como una variante de lo que se ha definido como prensa alternativa, resulta indispensable la reformulación de los planes curriculares de nuestras escuelas. Esta reformulación debe hacerse con el propósito de romper, entre otras cosas, con los viejos esquemas de enseñanza -de factura norteamericana- mediante los cuales se forma al futuro periodista para que, a través de su praxis cotidiana, decida lo que es publicable y lance al cesto de la basura todos aquellos materiales que pudieran "incomodar" al dueño del periódico.

### 3.2. Ideas Para la Discusión

El espectro comunicacional que debe cubrir el periodismo comunitario o periodismo popular, está aún por definirse cabalmente. Pero de lo que sí estamos seguros es que su praxis cación Organizacional o Institucional, Planificación de Proyectos, Computación, Legislación Municipal y Principios de Organización Cooperativa.

A título de ejemplo, en el caso de administración de empresas, se pretende que el periodista adquiera conocimientos administrativos para que pueda aplicar sus principios dentro del proceso comunicativo, lo cual le permitirá integrarse en una organización periodística, como protagonista o colaborador en la toma de decisiones administrativas.



Esos conocimientos sobre administración unidos a los que le proporcionaría una materia o seminario sobre principios de cooperativismo, coloca al periodista en condiciones de emprender proyectos en los cuales las asociaciones de vecinos o los sindicatos o gremios, por ejemplo, podrían ser los socios capitalistas.

Pero además, la Comunicación Organizacional ofrece al profesional de la comunicación los conocimientos básicos sobre cómo y con cuál grado de productividad se desarrolla el proceso de comunicación en diversas organizaciones, partiendo de conocimientos vigentes sobre la relación existente entre administración de empresas y comunicación social. Esto último redundaría en una visión integral sobre cómo crear y mantener una organización periodística. Más aún si adquiere conocimientos básicos sobre la mejor manera de aprovechar los extraordinarios adelantos en materia de computación.

Pero quizás una de las ventajas más importantes que arroja un tipo de formación especializada como la que hemos descrito, se refiere a la posibilidad cierta que tendría el periodista identificado con los principios de la comunicación alternativa, de liderizar movimientos orientados hacia la constitución de empresas colectivas, en las cuales él jugaría, además, el rol de "facilitador" de la actividad comunicativa en cada sector de los que integran el nivel microsocioal.

El camino se hace andando...

#### NOTAS:

- (1) El Periodista, Organo Nacional del CNP, segunda época N° 74. Caracas, enero-marzo 1981, página 14.
- (2) Pineda, Migdalia; Villasmil, Xiomara; Colomina, Marta. Alternativas de la Investigación para una Comunicación Democrática. Departamento de Inv. de la Esc. de Com. Social de LUZ; Maracaibo, junio-julio/1981; pág. 7.
- (3) Jorge Weill en su libro El Periódico, pág. 213, afirma que en 1921 habla en los Estados Unidos 492 periódicos "casi todos semanarios, y de ellos 83 eran religiosos, 31 magazines y 253 periódicos propiamente dichos dedicados sobre todo a la defensa de la raza negra".
- (4) Migdalia Pineda. "Estructuras Informativas Simbolización y Poder". Trabajo de Ascenso presentado en la Escuela de Comunicación Social de LUZ en 1983; pág. 38.
- (5) Idem.
- (6) Resoluciones y Recomendaciones del II Encuentro de Periodistas del Area Andina. Revista El Periodista, edición ya citada.

# SIGNO Y PENSAMIENTO

Pontificia  
Universidad Javeriana

SIGNO  
Y  
PENSAMIENTO

Facultad de  
Comunicación Social

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

---

# EL DESARROLLO DE LA PRENSA REGIONAL

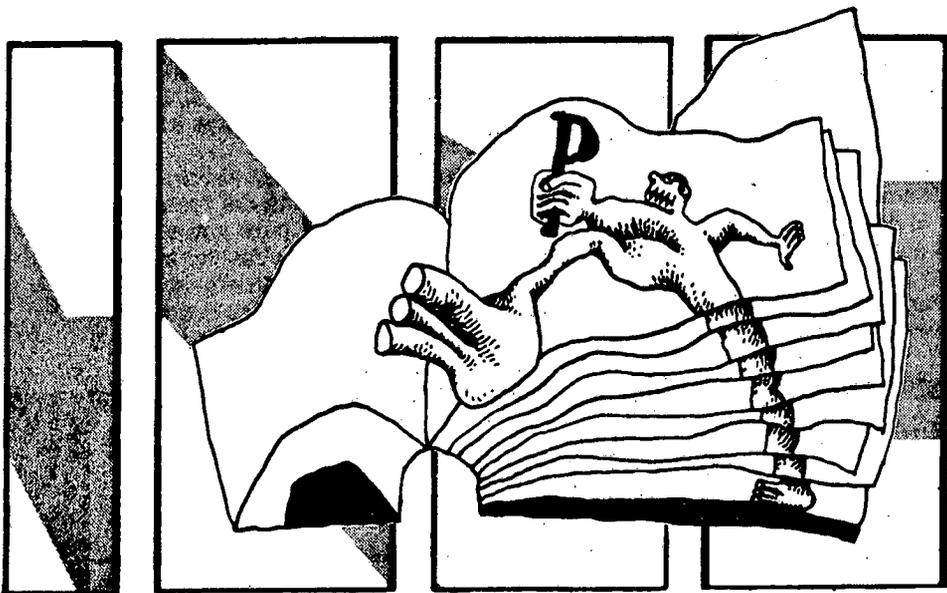
---

ELEAZAR DIAZ RANGEL

--I--

Entre 1966 y 1986 aparecieron y continúan editándose, 40 nuevos diarios en el interior del país. Al menos cinco de ellos aparecieron después delviernes negro , en momentos de dificultades y crisis. La circulación de esos diarios ha aumentado de manera significativa, y en casi todas las ciudades, estos medios ejercen una mayor influencia en la formación de la opinión pública, que la que ejercen los diarios llevados desde Caracas. Este es un hecho nuevo, aún no estudiado sociológicamente, causa y efecto de los cambios habidos en el interior y reflejo del desarrollo regional.

Otro hecho de igual o mayor significación tiene mucho que ver con los esfuerzos exigidos por democratizar la comunicación, conscientes de que así contribuiremos a profundizar y ampliar la democracia. Mientras más personas, mientras mayor cantidad de gente tenga posibilidades de influir en los medios de comunicación, de decidir sobre lo que debe informar y



opinar, menor poder de influir en la opinión pública nacional tendrán los sectores poderosos de la economía que controlan los grandes medios. Mayor diversidad de medios, más pluralismo, más democracia.

Mientras la circulación de la prensa regional se incrementa, ese incremento se divide entre mayor número de diarios. En 1966, por ejemplo, los 21 diarios se repartían los 220 mil ejemplares, y diez años más tarde, la circulación se había triplicado, pero el número de diarios era el doble. Al contrario de lo que ha estado sucediendo con los diarios editados en Caracas. En 1966 eran siete con menos de medio millón de ejemplares, en 1986 son nueve mientras la circulación debió triplicarse. Es decir, que se ha producido una concentración de la circulación, mientras en el interior hay una diversificación, lo que es mucho más saludable para los desarrollos democráticos.

Esa tendencia en el interior debemos preservarla, y contribuir a estabilizarla, ayudando para que aparezcan más diarios, para que se consoliden los que existen, para salvar los que atraviesan dificultades. Pero naturalmente, esa prensa tiene que estar más en armonía con el desarrollo regional, con las necesidades de sus comunidades, más abiertos a la participación de todos, hacer realidad de todos los días en sus columnas del pluralismo, estimular a todos para que se expresen, promover las organizaciones sociales emergentes, como las asociaciones de vecinos, y similares. En una palabra, ser más democrática, y más consciente de los cambios que estamos viviendo, de la emergencia de otro país, distinto, que no podrá continuar con el del despilfarro y el derroche de las riquezas.

## --II--

Uno de los secretos bien guardados de la prensa venezolana es su circulación. Las únicas cifras que se disponen son aquellas suministradas por los propios editores porque no existe en el país ningún organismo público o privado especializado en la certificación del tiraje y venta, y tampoco existe disposición legal alguna que obligue a los medios impresos a mostrar públicamente cuál es su circulación real. Resulta extraño que a pesar de la fuerza que tiene la publicidad en Venezuela, base del mantenimiento económico de los medios, no haya exigido de la prensa diaria así como de otra periodicidad, una verificación de la circulación, tal como se hace con las mediciones de audiencia de la televisión y de la radio, y como existe en otros países.

Esta situación impide obtener cifras confiables de la circulación de todos los diarios, editados en Caracas, e inapropiadamente llamados nacionales, y de la prensa regional. La encuesta que está haciendo el equipo de investigación de la Escuela de Comunicación Social de la JCV, con el apoyo de otras fuentes, como publicidades y la Oficina Central de Información, nos permitirá recabar una información bastante aproximadamente de la circulación de la prensa diaria en todo el país, y en cada uno de los estados, así como establecer comparaciones entre varias épocas, y la más importante de todas, entre la prensa regional y la nacional.

Cuando tengamos esas cifras será posible comprobar una de las hipótesis de la investigación, que puede resumirse así: los diarios regionales circulan más en sus respectivas áreas de influencias que la suma de los diarios editados en Caracas y vendidos en cada una de esas regiones o áreas de influencia.

Para muchos resultará una verdad obvia que no requiere demostración. Pero en todo caso es producto de una observación subjetiva y empírica. Lo importante es demostrar la vigencia de la hipótesis en cada una de las entidades federales y en las grandes ciudades, que no puede alcanzarse sin tener las cifras respectivas de circulación de la prensa regional y de la prensa editada en Caracas, y distribuida en cada estado, en cada gran ciudad.

Entonces será evidenciado que lo que es cierto ahora, en esta década, no lo era hace 20 ó

30 años, cuando la circulación de prensa editada en Caracas y distribuida en el interior, era superior —con bastante escasas excepciones— a la circulación de los diarios regionales en cada jurisdicción.

Un aviso publicado en 1983 por el diario La Nación, de San Cristóbal, reproducía los resultados de un estudio realizado por "Técnicos Asociados", según el cual, el 67% de la circulación diaria de la prensa en San Cristóbal y alrededores, correspondía a los tres diarios hechos en San Cristóbal, y el 29.7% a la prensa (matutinos, de información general) impresos en Caracas.

Otro reciente estudio de la Universidad Tecnológica del Centro, en el estado Carabobo, demostró que los diarios editados en Valencia se vendían y se leían mucho más que los diarios llegados de Caracas.

Nosotros creemos que esto es así en todo el país, quizás con la excepción del estado Apure y de los territorios federales. Pero se requieren esas cifras para demostrar la hipótesis de uno de los hechos más trascendentes ocurridos en el complejo campo de la comunicación social en Venezuela, como es éste del desarrollo y consolidación de la prensa regional.

Otros hechos de interés pueden observarse en el Cuadro No. 1, donde se revela cómo la circulación de la prensa regional con respecto a toda la circulación de la prensa diaria en Venezuela, ha venido subiendo. En 1946 apenas representaba el 21.7%, veinte años más tarde era del 30.2% y en 1976 estaba en el 40.2%. ¿Cuál será el porcentaje de 1986? ¿Habrá alcanzado la mitad?

Por otra parte, los incrementos de circulación muestran que la de la prensa regional subió en un 798% de 1946 a 1966, mientras la circulación de la prensa editada en Caracas subía en un 376%, y en la década del 66 al 86, la prensa regional incrementó su circulación en el 213% mientras la prensa editada en Caracas lo hacía en 128%. Aguardemos el resultado de la investigación para conocer cifras y porcentajes de 1986.

### --III--

¿Cómo se ha producido ese cambio en la prensa regional, su expansión y crecimiento? Necesariamente, es un reflejo de la gradual transformación que se ha operado en el país, y en cada una de sus regiones, al margen del desigual desarrollo. En la medida en que la actividad económica fue creciendo se fueron creando las condiciones locales para que surgieran nuevas empresas periodísticas modestas, medianas, muchas de ellas pequeñas.

Veamos, nada más que a título de ejemplo, algunos cambios habidos en ciertos indicadores, en los últimos 40 años:

	1945	1966	1983
PTB (en millones de bolívares)	8.005	39.516	72.494
Industrias registradas	585		10.400
Presupuesto nacional (en millones)	1.296		123.000
Producción leche (en litros)	181		1.382
Construcción (valor en millones)		4.248	36.760
Población rural	56%	33.1.%	20%
Analfabetismo	57%		17%
Producción KWH (millones)	239		30.904
Maestros de escuelas	9.786		100.078
Estudiantes liceístas	19.350		1.148.705
Universidades e inst. ed sup.	2		78
Esperanza de vida al nacer	63.9		68.9

Se trata de dos Venezuela. Una palúdica, analfabeta, rural, con muy bajas cifras de producción (excepto la economía petrolera) y otra en desarrollo, con agudos problemas económico-sociales y acentuadas desigualdades, que genera situaciones explosivas; de una a otra se ha producido un proceso, más o menos lento, que tiene un ritmo violento en la década del 70.

Tales cambios estarán reflejados en el nacimiento, y algunas veces muerte, y desarrollo y consolidación de la prensa diaria regional.

Pero el crecimiento habido en el país no lo explica todo. Habría que añadir otro factor. En el seminario "Periodismo y Desarrollo", celebrado en Barquisimeto en julio de 1981, sostuve en mi ponencia: "...el crecimiento del país, de sus regiones, genera cada día más noticias en proporción inversa a la capacidad de absorción y difusión en los diarios nacionales. Es decir, que mientras los periódicos editados en Caracas han reducido los porcentajes de espacios dedicados a la información de provincia, ésta se ha incrementado en volumen y se ha hecho más trascendente e interesante... Con el tiempo se fue creando un vacío, muchos hechos noticiosos no estaban siendo registrados por la prensa capitalina, y el crecimiento de la población y su igualmente interés de estar informada, especialmente de lo que ocurría cerca, como en todas las comunidades del mundo, fue abriendo espacio para la prensa local y regional. Fue así como aparecieron en todas partes nuevos periódicos que venían a llenar ese vacío, a atender esa necesidad social".

Pareciera existir algún interés en los medios concentrados en Caracas en no reconocer ni divulgar esta realidad, ni promover investigaciones de circulación, ni difundir los resultados de diversos estudios que reflejan la importancia creciente de la prensa, y en general de los medios regionales. Fausto Izcaray, uno de los estudiosos del fenómeno de la comunicación y la información en el interior del país, en "La difusión de Información y el Desarrollo de las Regiones" (1981) escribe: "...el Estado venezolano tiene que incrementar su política de comunicación a niveles regionales. No es recomendable que se sigan usando medios nacionales para alcanzar audiencias del interior. Los datos son fehacientes. Los medios impresos y electrónicos locales no tienen competencia a la hora de medir su penetración y sus públicos".

A pesar de que al medio radio es posible el acceso, independientemente del grado de instrucción, que para la captación de públicos representa una ventaja frente a los medios impresos, las investigaciones realizadas por Izcaray le hacen llegar a una conclusión que sorprenderá a muchos, pues da más valor a la información difundida por la prensa. Esta es su conclusión: *"Aún cuando los estudios de exposición a los medios, como hemos visto, sugieren que los medios impresos son de acceso difícil para las personas de menores recursos en los países en desarrollo como Venezuela, la tendencia de los datos de este estudio sugiere que cuando existe cierta disponibilidad de medios de masas y un mínimo nivel de educación en la población, los medios impresos son más importantes como fuentes de información para los grupos menos privilegiados que para los de mayores recursos"*

No se discute, pues, ni el crecimiento de la prensa regional, que está evidenciada en el número de diarios que existe hoy (61) en comparación con los de hace diez años (51) o veinte años (21); en el aumento de su circulación, en porcentajes superiores al aumento de la circulación de la prensa editada en Caracas, y en el papel que le corresponde en el desarrollo regional. Precisamente han sido todas estas circunstancias, las propias definiciones de "Provincia" y "Región" de la Real Academia de la Lengua, el desarrollo regional y el reclamo desde el interior contra la excesiva centralización de poderes, la lucha por un armónico desarrollo regional y por la carga negativa del término "provincia" que, hemos sustituido la nominación de prensa de provincia y reemplazado por prensa regional.

Esa prensa, pese a ese crecimiento ininterrumpido, confronta problemas de orden económico que amenazan su existencia y crecimiento, y se convierte en factor que incide en la conformación de su política redaccional. La dependencia económica con respecto al Estado, visto globalmente, que caracteriza la vida de los diarios medianos y pequeños, les hace perder su independencia periodística. Es difícil ser prensa independiente cuando la empresa está agobiada por deudas, cuando los créditos los otorga el estado, cuando un significativo volumen de su publicidad proviene del gobierno, central y estatal, de los entes descentralizados, de la administración municipal. Situación esta que se hace más aguda por la injerencia político-partidista en casi todas las decisiones gubernamentales que tienen relación con los medios.

Un próspero empresario oriental, propietario de medios impresos, declaró en la revista ELITE (Nº 3.162): *"Lo peor que se le puede ocurrir a un empresario es hacer periodismo en la provincia, es una hazaña de primera magnitud y es cierto que cada día hay más problemas. Siempre falta medio real para completar un bolívar, siempre falta para comprar papel y completar el sueldo de los trabajadores"*.

*"Ahora el problema es que los Concejos Municipales arremeten contra los diarios y el partido de turno en el poder siempre lo hace si el periódico no le es gracioso o complaciente a sus intereses. Uno de los ataques comienza al prohibirle la pauta publicitaria, así que, solamente la vanidad humana hace mantener el periódico"*.

Esas palabras de Rafael "Fucho" Tovar resumen, en buena parte, lo que sucede con los diarios regionales, excepción hecha, seguramente, de algunos pocos grandes diarios del interior. Pero esas presiones las vivieron muchos diarios en la administración pasada, y la viven ahora, otros.

¿Cómo ayudar a resolverla? Es innegable que en los últimos 10 años desde el gobierno se ha dado apoyo a esta prensa. Siendo Presidente de la AVP, y seguidamente, en funciones de senador, llevé el problema al Senado y a la Presidencia de la República, y ciertamente, el entonces Presidente Carlos Andrés Pérez dictó disposiciones dirigidas a ayudar el desarrollo de esos periódicos. Pero tales medidas, en general, se cumplen en función política.

Pienso que es necesario buscar algunos mecanismos que garanticen que toda la ayuda estatal a la prensa regional pueda ofrecerse sin que sea un factor de mediatización o pérdida de independencia, sin riesgos de que estén influidos por razones políticas. En otros países se ha planteado este problema. El informe Mac Bride recoge hasta 14 formas distintas de subvenciones, y señala que *"Muchos gobiernos se han visto así mismo abocados a estudiar la posibilidad de conceder una subvención para mantener en vida a los periódicos o crear otros nuevos en las zonas de monopolio, con objeto de garantizar la pluralidad y la variedad"*.

En este sentido, podemos proponer una ley de financiamiento o fomento de la prensa regional, que establezca expresamente las condiciones para recibir la subvención y las formas o mecanismos para su distribución.

En lo esencial, lo que se persigue es fortalecer estos instrumentos de la democratización de la vida nacional, propiciar el acceso y la participación de los ciudadanos, lograr garantías para el pluralismo, en síntesis, se pretende apoyar a los diarios regionales a ser realmente independientes de cualquier factor, gubernamental, partidista o económico, que lo desvíe de sus propósitos fundamentales de ser un servidor público, de la comunidad y de los más altos ideales del periodismo. Esa es la prensa que debe beneficiarse de una política estatal expresada en una ley.



--V--

Aunque parezca un problema menor, tiene enorme importancia el relativo a ubicar las colecciones de la prensa diaria, pero particularmente, rescatar las colecciones o ejemplares sueltos de tanta prensa, de frecuencia diaria o semanal, que han desaparecido. El Luchador, que en su segunda etapa nace en 1905 y por más de 50 años fue el único diario de toda la región Oriente-Sur, dejó de circular hace poco, y seguramente su colección está dispersa e incompleta, y si no se hace algo, pronto, podemos perderla, como se han perdido otras. ¿Existe, por ejemplo, la del Diario de Occidente, de Maracaibo; las de Hoy y El Día, de Valencia, la de Trópico y Última Hora de Barquisimeto, la de ¿Por qué de San Felipe? Esa lista se haría interminable si añadimos la buena prensa semanal, así como periódicos humorísticos que circularon en diversas épocas en nuestras ciudades del interior.

Debemos hacer algo, o bastante por rescatar esa parte de la memoria del país, esa parte de la historia del diario acontecer en lo que continúa llamándose nuestra provincia.

### ANEXO Nº 1 CIRCULACION DE LA PRENSA DIARIA

Año	REGIONALES			NACIONALES		
	Nos. Diarios	Circul.	%	Nos. Diarios	Circul.	%
1946	13	26.400	21.7	8	95.000	78.3
1966	21	221.500	30.2	7	450.000	69.8
1976	51	693.900	40.2	11	1.028.154	59.8

## NOTAS

1. Las cifras correspondientes a 1946 son estimaciones del autor, apoyado en alguna información suministrada por editores.
2. Las de 1966 de la prensa regional son extraídas de la revista El Periodista (AVP), Nº 25, nov, 1969, y las de diarios editados en Caracas, de un informe de la IAA al XVII Congreso Mundial, celebrado en París, abril de 1965.
3. Las de 1976 son del libro "Comunicación y Desarrollo, de Nery Mariño, Ediciones de la Facultad de Humanidades y Educación, UCV, 1977.

---

### ANEXO No. 2 CIRCULACION E INDICES DE LA UNESCO

La UNESCO ha establecido ciertos índices para establecer el grado de desarrollo y expansión de los medios de comunicación. De acuerdo a los mismos, el mínimo en cuanto a circulación de la prensa diaria, es de 10 ejemplares por cada 100 habitantes.

Veamos su evolución en Venezuela:

Año	Población	Circulación	UNESCO
1946	4.508.586	121.400	2.69
1966	9.476.110	671.500	7.00
1976	12.361.090	1.722.054	14.00
1986	18.093.602	?	?

---

### ANEXO Nº 3 1946: CIRCULACION ESTIMADA EN LA PRENSA DIARIA

#### 3.1. Editados en Caracas

El Nacional.....	* 25.000
Ultimas Noticias.....	20.000
El Heraldo.....	12.000
La Esfera.....	8.000
El País.....	10.000
La Religión.....	3.000
El Tiempo.....	5.000

\* Cifras suministradas por sus editores.

#### 3.2. Editados en el interior

Panorama.....	10.000
El Impulso.....	4.300
El Caraboboño.....	4.000
El Luchador.....	800
La Columna.....	1.500
El Diario (C).....	800
El Vigilante.....	600
Diario Católico.....	800
Agencia Comercial.....	500
Vanguardia.....	800
El Centinela.....	800
Aborigen.....	500
Estrella de la Mañana.....	1.000

**ANEXO Nº 4 DIARIOS REGIONALES: 1986**

ANZOATEGUI	5	MIRANDA	2
Antorcha		La Voz de Guarenas	
El Tiempo		La Región	
Diario de Oriente			
El Anaquense		MONAGAS	3
La Noticia de Oriente			
ARAGUA	5	El Diario	
		El Sol	
		El Oriental	
El Imparcial		NVA. ESPARTA	4
El Siglo			
El Araguense		El Sol de Margarita	
La Prensa		Diario del Caribe	
El Periódico		El Faro de Margarita	
BARINAS	3	Diario de la Tarde	
De Frente con Barinas		PORTUGUESA	2
La Prensa			
El Espacio		Ultima Hora	
BOLIVAR	6	Portuguesa al Día	
El Bolivarense		SUCRE	5
El Expreso			
Correo del Caroní		Provincia	
El Pueblo de Guayana		Siglo XXI	
Expreso de la Tarde		Región	
Notidiario		El Satélite	
		El Diario de Paria	
CARABOBO	3		
		TACHIRA	4
El Carabobeño			
Aborígen		Diario Católico	
Notitarde		Vanguardia	
FALCON	3	Diario La Nación	
		El Pueblo	
Médano			
La Mañana		TRUJILLO	3
El Falconiano			
GUARICO	2	El Tiempo	
		La Noticia	
El Nacionalista		Diario de Los Andes	
Diario La Prensa			
LARA	3	YARACUY	1
El Diario (Carora)		Yaracuy al Día	
El Impulso			
El Informador		ZULIA	3
MERIDA	3	Panorama	
		La Columna	
El Vigilante		Crítica	
Frontera			
Correo de Los Andes		DTTO. FEDERAL	1
		Puerto	

---

# UN DIA EN LA PRENSA DE PROVINCIA

---

XIOMARA VILLASMIL

**frontera**  
DIARIO DE OCCIDENTE PARA EL PAÍS

**EL TIEMPO**

**PANORAMA**

**EL CARABOBOÑO**  
EL DIARIO DEL CENTRO

**EL IMPULSO**

## 1.- La importancia de una reflexión sobre el Periodismo de Provincia

Las sencillas ideas que aquí se expresan, si tienen alguna significación, es la que les confiere la importancia que hoy en día ha adquirido la discusión sobre el funcionamiento, la calidad y el papel de la Prensa de Provincia. Discusión que se hace impostergable, entre otras cosas, por el crecimiento cuantitativo de los órganos informativos que se engloban en este concepto durante los últimos años en Venezuela.

Contar con más de seis decenas de periódicos regionales a lo largo del país, es un claro indicador de que el período democrático ha sido un clima propicio para la expansión de estos medios impresos. Es de suponer que ha habido una relación bilateral en el sentido de que así como la democracia ha estimulado la proliferación de aparatos de difusión, así también éstos deben haber fomentado el desarrollo de las llamadas libertades democráticas enmarcadas en el desarrollo social general de nuestras sociedades.

El anterior planteamiento no evade el reconocimiento de los múltiples y complejos problemas de desequilibrio social persistentes en Venezuela (como en el resto de los países latinoamericanos con los que nos identificamos) sino que trata de colocar en su justo sitio la repercusión que el proceso democrático ha tenido en el ámbito comunicacional y la influencia

que este último ha ejercido en nuestro contexto social. Sin esta premisa, es difícil adelantar una discusión seria y fecunda sobre el periodismo de provincia, que nos permita caracterizar, tanto su importancia como sus deliberaciones. Todo ello, con la intención de encontrar pautas, orientaciones y estímulos que se conviertan en el camino hacia un periodismo cuantitativa y cualitativamente superior y al servicio de un desarrollo nacional y regional, más ágil y equilibrado.

No hay duda que este tipo de desarrollo armónico, equilibrado y diligente, pasa por el enfrentamiento de la contradicción centro-provincia, como fuente generadora de un desarrollo desigual, donde el centro crece a expensa de sus periferias, produciendo una cantidad de conflictos económico-sociales, de tal naturaleza y magnitud, que hace a nuestro Estado vivir ciclos de prosperidad y de crisis. El desarrollo desigual provoca además, una gran contradicción entre las prácticas económica y política, pues la realidad económica desdice de la oferta política de los sectores dirigentes del país, desarrollándose un conflicto que obliga a un esfuerzo legitimador, por parte del Estado, mucho mayor.

La importancia de esta situación no es simplemente coyuntural porque ha sido, justamente, el régimen democrático el que se ha ocupado de dar respuesta a la aspiración de la provincia venezolana, de tener igual oportunidad de acceso a los beneficios que el proceso de desarrollo proporciona (de hecho todos los organismos encargados de la promoción de ese tipo de desarrollo fueron creados después del 23 de enero de 1958).

Esta promesa democrática se ha ligado, entonces, de manera estratégica (pues la democracia se concibe como la más amplia posibilidad de participación de diferentes sectores) a las expectativas de nuestras regiones, que claman por la superación de las desigualdades económicas, políticas y sociales, que pesan sobre ellas.

## 2.- Un orden informativo distinto para un desarrollo distinto

Lo anteriormente expuesto podría sintetizarse en la búsqueda de un desarrollo diferente, basado en el equilibrio nacional, pero es imposible olvidar los vínculos -racionales y dinámicos- como dice el Informe Mc Bride- que existen entre la comunicación y los objetivos generales del desarrollo.

Si concebimos el desarrollo, no como un proceso material en su fundamento y en sus perspectivas, sino como un proceso cuyo centro es el hombre y en consecuencia la búsqueda tiende al mejoramiento de la calidad de la vida del mismo, entonces es inevitable establecer la relación entre este proceso y la comunicación, ya que ella es una condición fundamental para el desarrollo de los seres humanos y de las sociedades que los aglutinan.

La comunicación y dentro de ella la prensa de manera privilegiada, es un factor movilizador de los agentes sociales, que no sólo es capaz de crear consenso, sino que más aún, ayuda a construir la realidad social; es en este sentido en el que Javier Esteinou Madrid plantea que la prensa se convierte en un elemento de dirección de la sociedad civil, pues crea un sentido colectivo de la realidad.

Es por eso que el aparato informativo (que, según la definición anterior es formativo) constituye uno de los pilares fundamentales de la sociedad actual; con visión meridiana del asunto, algunos autores han afirmado que la sociedad en que estamos viviendo, esta sociedad postindustrial, ya no es la de la industria automotriz, sino la de la información y además, la de la globalización, porque los sistemas de información, cuyas redes ya no están en la tierra sino en el espacio, borran las fronteras para convertir este mundo en una sola aldea: ¿quién sabe si la aldea global de Mc Luhan?

Si el rol que le corresponde desarrollar a la prensa en la búsqueda del desarrollo es de carácter protagónico, cabría preguntarse -y esto es parte de la reflexión necesaria- si nuestra prensa está preparada para nuestro proceso; si esta prensa de provincia de que hemos hablado, tan crecida cuantitativamente estará creciendo igualmente desde el punto de vista cualitativo, lo suficiente como para poder asumir el reto de responder a las expectativas del desarrollo de las regiones y del país, de forma integral. Se trata de preguntarnos, considerándonos todos corresponsables del resultado, si estos periódicos de provincia con circulación expansiva y abarcadora, tan indispensables en la vida de nuestras poblaciones locales, tienen todas las condiciones para ser impulsoras del desarrollo deseado.

La respuesta, a esta interrogación tiene que ser descartada, pero sincera, porque sólo así

podremos hacer un autodiagnóstico útil, que se acoja con sentido constructivo y que sea productivo, porque aporta elementos que puedan ser empleados en el diseño de una política editorial acorde con las necesidades nacionales y regionales. Lo importante del análisis será el compartir las responsabilidades por asumir.

### **3.- Los contenidos de la Prensa de Provincia: recomendaciones y realidades**

De las necesidades más sentidas por los habitantes de las regiones, se desprende una recomendación indiscutible para los periódicos de provincia: la atención primordial de los asuntos de interés local; dicho en otros términos, la información regional debe ser el sustento básico de la información que se suministra a los pobladores de las ciudades del interior del país. Otra justificación de esta recomendación la encontramos en el hecho de que la prensa nacional o metropolitana, cubre suficientemente la problemática nacional y la central, pero posee escasos espacios para atender las particularidades de cada región, que sumadas sería imposible incluir en un periódico nacional. Se entiende entonces, que el objetivo elemental de la prensa de provincia debe ser cubrir de la mejor manera posible, los acontecimientos de interés regional.

En segundo lugar, cabe mencionar que en un reciente evento realizado en Caracas sobre el Periodismo Investigativo (patrocinado por la Escuela de Comunicación Social de la UCV) fue distribuido un material donde J. Taylor Buckley, editor del diario USA Today, señala "Nuevos pasos para elevar la credibilidad de su periódico", y si los revisamos uno a uno, concluir que cualquier de ellos podría ser un objetivo a cubrir por nuestra prensa de provincia. Para referirnos sólo a algunos, más accesibles de someter a verificación, el editor norteamericano recomienda la "Protección al derecho a la noticia local, tratada a fondo", como el medio más importante para conseguir la adhesión de los lectores, la "Reapreciación sobre hechos y opiniones", la "Atención a las noticias controversiales para que el lector sepa que se le están presentando diferentes opiniones, la "cobertura de todo tipo de gente", incluyendo minorías y especialmente atendiendo a la mujer y a la gente joven; asimismo, el editor del USA Today sugiere "cubrir los conflictos internacionales" y los Temas de Seguridad y Defensa".

Estas recomendaciones no sólo tienen la particularidad de reflejar la experiencia de un periódico exitoso, sino que recogen una serie de máximas del periodismo, de aceptación generalizada, que sería interesante comparar con el contenido de nuestros diarios de provincia.

En tercer lugar, si bien sabemos que el acontecer diario reúne una diversidad impredecible de hechos que puedan ser materia prima para la producción de noticias, también entendemos que la selección, la jerarquización y la valorización que de ellas se haga, identifica a cada medio. La sola diferencia entre lo que sale y lo que deja de salir en sus páginas, nos habla de los valores que imperan en una empresa periodística y esto también está relacionado con la calidad del periodismo que se hace y que queremos ver en nuestra prensa.

No podemos soslayar el grado de influencia que ejerce la Publicidad, entendiéndolo por ella no sólo al elemento cuantitativo-financiero para la empresa, sino también el elemento cualitativo que da una forma determinada al medio, cuando desplazada de alguna manera la información, es también una variable a considerar.

Sin mayores pretensiones, científicas o académicas, pero sí con el deseo de poder comparar los planteamientos hasta aquí reseñados, con la realidad de la prensa de provincia, practicamos un sencillo análisis: "Un día de prensa de provincia", con un total de veinte diarios venezolanos y obtuvimos los resultados que hoy les presentamos. El día observado fue el 6 de mayo del presente año y los diarios fueron:

El Siglo (Maracay)  
El Aragüeyo (Maracay)  
El Bolivarense (Guayana)  
Correo del Caroní (Guayana)  
Última Hora (Portuguesa)  
Región (Cumaná)

Yaracuy al Día (San Felipe)  
 La Prensa (Barinas)  
 El Informador (Barquisimeto)  
 El Impulso (Barquisimeto)  
 Panorama (Maracaibo)  
 Crítica (Maracaibo)  
 Antorcha (El Tigre)  
 El Falconiano (Coro)  
 Diario Católico (San Cristóbal)  
 El Vigilante (Mérida)  
 Los Andes (Valera)  
 El Carabobeño (Valencia)

El primer aspecto que podemos señalar es el que está relacionado con la incidencia de la información regional en los espacios informativos de esos diarios. Los clasificamos en tres grupos, según el porcentaje de información regional con respecto al volumen total de información:

- 1) Los que tienen más de 70% de dichos materiales.
- 2) Los que tienen entre 50 y 70%.
- 3) Los que tienen menos de 50%.

### CUADRO I PORCENTAJE DE INFORMACION REGIONAL

PERIODICO	Más de 70 %	Entre 50 y 70 %	Menos de 50 %
Región	98.45		
Los Andes	88.98		
El Bolivarense	84.29		
El Vigilante	78.98		
Católico	74.79		
Crítica	74.45		
El Falconiano	73.53		
La Prensa Provincia		64.12	
Antorcha		60.47	
El Tiempo		59.13	
Ultima Hora		56.25	
		52.95	
Panorama			43.11
El Impulso			41.70
El Siglo			40.69
El Informador			39.10
El Aragüeño			36.49
El Carabobeño			36.24
Correo del Caroní			33.42
Yaracuy al día			31.62

El resto del espacio informativo corresponde a noticias nacionales, e internacionales en menor escala.

Como otra manera de apreciar la importancia otorgada a la noticia local, decidimos observar la distribución de la primera página de esos periódicos y encontramos, por un lado, que en menos de la mitad de los casos (en nueve) la mayoría de las noticias (60% o más) de la primera página fueron de la región; en siete de ellos el porcentaje de esas noticias en la primera página no llegaba al 50%, y en cuatro las noticias locales constituían exactamente la mitad de las aparecidas en la primera página.

## CUADRO II PORCENTAJE DE NOTICIAS REGIONALES -1a. PAGINA

PERIODICO	60 % o más	50 %	Menos de 50%
El Bolivarense	100		
Los Andes	100		
El Informador	100		
Región	83		
El Falconiano	80		
El Vigilante	80		
El Tiempo	67		
Provincia	67		
Católico	60		
La Prensa		50	
Crítica		50	
Panorama		50	
El Aragüeño		50	
El Siglo			45
Antorcha			43
El Carabobeño			43
Correo del Caroní			33
Ultima Hora			30
Yaracuy al día			25
El Impulso			20

Si sacáramos una media de la atención que la prensa de provincia le presta a los hechos regionales en la primera página, tendríamos que la mitad de las noticias de ese espacio es para el acontecer local, pero ese estadístico estaría neutralizando diferencias muy acentuadas.

Los temas más frecuentes en esas primeras páginas fueron la Economía y la Política, seguidas de los Sucesos y de las noticias Sindicales y Gremiales.

En cuanto a la presencia del periodismo interpretativo, no apareció este género en ocho de los veinte periódicos analizados, y en la mayoría de ellos el porcentaje es muy bajo.

La distribución del espacio total de los periódicos es bastante desigual; sin embargo, a excepción de tres diarios, el resto dedica la mitad, o más, de su espacio total a la Información. Los periódicos que arrojaron mayor volumen de espacio informativo fueron: La Prensa (Barinas), El Vigilante (Mérida), El Informador (Barquisimeto), Última Hora (Portuguesa), Aragüeño (Maracay), Católico (San Cristóbal), Antorcha (El Tigre), y El Siglo (Maracay), tienen más del 60% de su espacio dedicado a las noticias.

Muy relacionado con lo anterior está el espacio publicitario, pues normalmente a medida que crece este espacio, disminuye el informativo; podríamos citar como ejemplo que los periódicos que ocupan los tres primeros lugares en Publicidad, tienen los últimos lugares en Información:

### CUADRO III

PERIODICO	Espacio Publi- tario	Espacio Infor- mativo
El Tiempo	54.00 (1)	35.88 (20)
Panorama	52.91 (2)	42.88 (18)
El Carabobefío	48.86 (3)	40.77 (19)

### CUADRO IV DISTRIBUCION DE LOS ESPACIOS PERIODICOS ORDENADOS SEGUN EL VOLUMEN DE INFORMACION (en porcentajes)

PERIODICO	Infor. Conv.	Pub.	Opinión	Interp.	Esp. Adm..
La Prensa	75.29	16.87	6.02	-	1.82
El Vigilante	70.31	22.19	4.28	-	3.22
El Informador	67.64	21.46	3.38	3.61	1.74
Ultima Hora	65.52	24.33	7.96	-	2.18
El Aragüefío	65.23	18.46	2.95	9.78	2.77
Católico	62.79	28.75	5.60	-	2.86
Antorcha	61.37	22.45	5.36	9.11	1.71
El Siglo	60.50	31.00	2.43	0.55	2.02
Yaracuy al día	59.83	16.42	8.76	5.21	1.35
El Impulso	57.66	30.12	4.30	4.55	1.51
El Falconiano	56.82	33.91	6.51	-	2.76
Región	55.95	19.27	15.47	8.33	0.98
Crítica	54.17	28.28	3.88	7.86	1.63
Correo del Caroní	53.66	32.61	9.19	3.87	0.67
El Bolivarense	51.07	39.00	9.66	-	0.27
Los Andes	50.40	27.56	7.86	10.42	2.38
Provincia	50.03	33.97	5.92	-	3.38
Panorama	42.88	52.91	1.91	-	0.51
El Carabobefío	40.77	48.86	5.31	1.05	2.09
El Tiempo	35.88	54.00	3.09	5.00	0.76

Los datos de la distribución del espacio revelan la morfología de nuestros diarios de provincia, pero interesaría apreciar como se distribuyen esos espacios informativos porque eso nos permitirá conocer las valoraciones periodísticas de cada uno, según los hechos que más atienden en sus páginas. El cuadro siguiente lo revela:

**CUADRO V**  
**NOTICIAS QUE OBTUVIERON LOS MAYORES ESPACIOS**  
**(EN ORDEN)**

(Los 5 tipos de noticias con mayor espacio  
en los periódicos analizados)

PERIODICO	1er. Lugar	2do. Lugar	3ro. Lugar	4to. Lugar	5to. Lugar
La Prensa	Deportes	Ambiente	Sociales	Economía	Sucesos
El Vigilante	Deportes	Instituc.	Educación	Sociales	Sucesos
El Informador	Deportes	Ciencia	Economía	Instituc.	Sociales
Última Hora	Deportes	Economía	Internac.	Ser. Púb.	Sucesos
El Aragüeño	Deportes	Instituc.	Sucesos	Economía	Educación
Católico	Ciencia	Deportes	Instituc.	Educación	Política
Antorcha	Deportes	Instituc.	Sucesos	Política	Sindical
El Siglo	Deportes	Sociales	Internac.	Sucesos	Economía
Yaracuy al día	Deportes	Sucesos	Ser. Púb.	Sindical	Política
El Impulso	Deportes	Internac.	Ciencia	Instituc.	Sociales
El Falconiano	Deportes	Instituc.	Sociales	Sucesos	Política
Región	Deportes	Sucesos	Cultura	Política	Educación
Crítica	Deportes	Economía	Sucesos	Educación	Sociales
Correo del Caroní	Deportes	Internac.	Economía	Sindical	Ciencia
El Bolivarense	Sucesos	Política	Cultura	Educación	Instituc.
Los Andes	Deportes	Sucesos	Política	Instituc.	Cultura
Provincia	Ciencia	Sucesos	Política	Instituc.	Cultura
Panorama	Deportes	Instituc.	Sucesos	Internac.	Economía
El Carabobeño	Deportes	Internac.	Ciencia	Instituc.	Economía
El Tiempo	Deportes	Internac.	Serv. Púb.	Instituc.	Economía

Tal como se aprecia, el tipo de noticias que más espacio abarca en la gran mayoría de los diarios de provincia es el Deporte: en 17 de los veinte periódicos analizados el deporte constituye el máximo valor noticioso seguido por las noticias internacionales y las institucionales. Lamentablemente, mientras eso ocurre, en doce casos el último lugar es ocupado por hechos relacionados con la economía, la cultura, la Educación y la Ciencia-Salud.

A estas valorizaciones hay que agregarle que en ese día de la observación no aparecieron mensajes particularmente dirigidos a la Mujer, ni a la gente Joven, ni tampoco se apreciaron informaciones de carácter controversial que permitieran presentar las opiniones de partes enfrentadas.

VENEZOLANA Y LATINOAMERICANA

Economía, política,  
cultura, teología ...

desde un compromiso por la  
liberación de nuestros pueblos

**revista**



---

# LA PUBLICIDAD EN LA PRENSA DE PROVINCIA

---

LILA FARIAS DE PENELA

## ¿QUE PASA CON LA PRENSA DE PROVINCIA?

Podemos decir que en los últimos años la prensa local ha evolucionado técnica y redaccionalmente. En un pasado relativamente cercano, al oír hablar de los periódicos del interior, se pensaba en impresos relegados, de baja calidad de impresión, mala diagramación, contenido e informaciones mal jerarquizadas. Pero el panorama está cambiando para estos medios, ya que están constituyéndose, poco a poco, en los vehículos idóneos para alcanzar los mercados respectivos. Esto ha traído como consecuencia que propietarios y directivos de los periódicos de provincia le den mucho más valor al producto que elaboran. Se están haciendo merecedores de una masa de lectores que será a fin de cuentas la que decida lo efectivo que resulta cualquier medio de comunicación impreso.

El enfoque de este artículo es de perspectivas positivas y va dirigido hacia la nueva orientación de la prensa de provincia o regional en su estructura publicitaria.

No obstante, a pesar de los grandes logros que la prensa del interior está logrando, no podemos dejar de señalar algunos de los aspectos negativos que debe enfrentar para seguir en su progreso. El problema va más allá de resolver muchas veces la estructuración del periódico o de lograr una diagramación atractiva y armoniosa. Hay que considerar los aspectos externos al medio y que constituyen, el proceso de comercialización y mercadeo. Es probable que tengan que trabajar más sobre esta área.

## AGENCIAS DE PUBLICIDAD Y SU PERSPECTIVA DE LA PROVINCIA

Es indudable que la prensa del interior es muy importante para cualquier tipo de anunciante. Pero a la hora de planificar una estrategia de medios para un cliente que tiene interés en que su producto tenga mayor promoción en un área local determinada, el seleccionador de medios se encuentra con los siguientes problemas:

1.- Carece de la información adecuada sobre los medios de provincia. No se sabe a ciencia cierta cual es el total de medios impresos que existen. Por más que se busca en las guías respectivas, no aparece la totalidad de periódicos que operan en el interior. Por lo tanto, el planificador de medios, muchas veces debe acudir a los más conocidos, aunque estos no lleguen al público específico que interesaba tocar.

2.- La investigación dentro de cualquier medio de comunicación es fundamental para el anunciante. Lamentablemente, no existe en la mayoría de los medios de provincia la base de investigación necesaria para conocer la cobertura de esos medios, su alcance, su penetración.

Sin estos puntos claros es muy difícil decidir qué periódico sería el más acertado para llegar al público de interés, por lo tanto el estrategia de medios debe dejarse llevar por la intuición.

3.- El perfil del lector se determina en muy pocos de los periódicos del interior, y este es otro aspecto relevante. El periódico no le ofrece al anunciante las características que definen a su lector. No sólo puede decir que el receptor es del sitio donde circula el periódico, sino que debe determinar en que clase social se encuentra situado, cuáles son sus hábitos de consumo, su estilo de vida.

4.- La segmentación es otro aspecto a considerar en la prensa de provincia, en ella está el futuro de todos los medios de comunicación en general. Cada día se tiende a buscar alcanzar más precisamente el sector de consumidores que interesan en particular a la empresa productora. El futuro de los medios de provincia está en la segmentación. El problema de los periódicos del interior es que pretenden abarcar el mismo tipo de consumidor que los medios de circulación masiva, es decir el mayor número de lectores posibles. La estrategia está en ubicar un segmento de lectores a través de variables geográficas, psicográficas y demográficas. Por lo tanto deberá ajustar su estructura y contenido de acuerdo al público al cual se dirija.

La falla de los medios impresos de provincia está en no trabajar las áreas problemáticas señaladas anteriormente. A muchos de estos medios no les interesa ahondar en estos puntos, quizás por temor o a lo mejor por pasividad e indiferencia. Pero hay algunos casos que pueden ser ejemplo, como *Panorama* en Maracaibo o *El Impulso* en Barquisimeto, que son periódicos ante los cuales un anunciante nunca duda.

Si la prensa de provincia quiere lograr una mayor proyección a nivel comercial publicitario, tiene que eliminar su carácter secundario. Darle paso a la información que interesa al lector, estructurar de forma coordinada su contenido, para hacerse merecedora de un grupo lector que pueda ser un potencial comprador de muchos productos, servicios e Instituciones.



## ESPACIO PUBLICITARIO EN LOS MEDIOS DE PROVINCIA

Para concluir sobre la rentabilidad publicitaria de algunos periódicos del interior escogimos una muestra opinática de siete periódicos, de acuerdo a su disponibilidad en los Quioscos donde circula esta prensa en Caracas y al día Viernes 26 de Septiembre, ya que según

información publicitaria los días miércoles y viernes son los de mayor facturación en los impresos de circulación masiva.

Estos periódicos son:

- La Nación (San Cristóbal)
- El Expreso (Ciudad Bolívar)
- Panorama (Maracaibo)
- Crítica (Maracaibo)
- Noti-Tarde (Valencia)
- El Informador (Barquisimeto)
- El Impulso (Barquisimeto)

### 1.- La Nación

Entre los anunciantes más significativos de este periódico están: "Cuadernos Alpes" y "Berol Prismacolor". El resto de los anuncios se refieren a comercios de la zona donde circula La Nación.

El centimetroaje total del periódico es de 51.502,50 cm<sup>2</sup> de los cuales 14.592,38 cm<sup>2</sup> están destinados a publicidad es decir el 28,30%.

En cuanto al origen de la publicidad el 50% es local, el 30% regional y el 20% nacional.

### 2. El Expreso

Los anunciantes más resaltantes son: "Ron Selecto" y "Gran Reserva Santa Teresa", "Buchanans 12", "Gobernación del Estado Bolívar".

El centimetroaje total del periódico es de 41.202,0 cm<sup>2</sup> y lo ocupado por publicidad es de 15.460,7 cm<sup>2</sup>, es decir el 37,50 por ciento.

En relación al origen de la publicidad el 25% es local, el 15% es regional y el 60% nacional.

### 3. Panorama

Entre sus anunciantes más importantes están:

"Ron Santa Teresa", "Banco Caribe", "Pan-Am", "Chivas Regal", "Ginebra Gordon's", "Cerveza Regional", "Banco Latino", "Super Victoria", "Dorsay".

El centimetroaje total del periódico es de 168.015,36 cm<sup>2</sup>, 113.760,40 cm<sup>2</sup> están dedicados a la publicidad, lo cual representa el 67,71% del espacio total del periódico.

Debemos considerar que aparte del tipo de anunciante que señalábamos anteriormente por lo menos el 40% pertenece a tiendas de Maracaibo.

En cuanto al origen de la publicidad el 50% es local, el 30% regional y el 20% nacional.

### 4.- Crítica

Es un periódico con el mismo alcance de Panorama, pero con menor rentabilidad publicitaria y muchas menos páginas de contenido general.

Los anunciantes más significativos son:

"Pepsi Ligera", "Banco Industrial de Venezuela", "Seguros Progreso". El resto se divide en Restaurants, Avisos Clasificados y otros varios.

El centimetroaje total del periódico es de 48.972,0 cm<sup>2</sup> y el dedicado a publicidad 19.239,0, lo que representa un 39,29% respecto al origen de la publicidad con el 60% es local, el 10% regional y el 30% nacional.

### 5.- Noti-Tarde

Los anunciantes más resaltantes son: "Ron Sta. Teresa", "Triple Filtrado", "Central Madeirense", "Burroughs", "Sarela", "Seguros Progreso", "Buchanans", "Cerveza Nacional".

Encontramos un número muy significativo de anunciantes locales, en especial de tiendas, restaurantes, institutos educativos y muebles.

El centimetroaje total del periódico es de 58.701,60 cm<sup>2</sup> y el dedicado a la publicidad es de 22.013,10, o sea el 37,50% del espacio total del periódico está absorbido por los anunciantes.

Respecto al origen de la publicidad, el 50% es local, el 30% regional y el 20% nacional.

## 6.- El Informador

Los anunciantes más significativos con que cuenta este periódico son: "Concesionarios General Motors", "Ron Santa Teresa", "Banco Capital", "Pepsi Cola", "Berol Prismacolor".

El centimetroaje total es de 55.440,0 cm<sup>2</sup> de los cuales 14.553 cm<sup>2</sup> están dedicados a la publicidad, lo que representa un 26,25%.

Respecto al origen de la publicidad el 20% es local, el 40% regional y el 40% nacional.

## 7. Impulso

Es un periódico bastante conocido a nivel nacional y regional y considerado por los anunciantes importantes del sector publicitario.

Los avisos más significativos pertenecen a: "Ron Sta. Teresa", "Loto", "Etiqueta Negra", "Super Victoria", "Dorsay", "CADA", "Pepsi Ligera", "Seguros Progreso", "Black and White", "Sarela", "Central Madeirense", "Banco Metropolitano", "Berol Prismacolor".

El centimetroaje total es de 102.217,50 cm<sup>2</sup> de los cuales 50.242,50 cm<sup>2</sup> pertenecen a publicidad, lo que representa un 49,15% del espacio total del periódico.

En cuanto al origen de la publicidad el 38% es local, el 33,3% regional y el 29% nacional.

Sin duda que el periódico que tiene más interés por parte del anunciante es Panorama que presenta más del 60% de su espacio total dedicado a la publicidad.

Un punto que no debemos dejar de señalar y que observamos en todos los periódicos analizados, es la homogenización del mensaje. Las agencias de publicidad utilizan el mismo Arte Final para todos los periódicos, lo cual debería ser objeto de discusión a nivel de medios y anunciantes. Es obvio que los gustos, hábitos de consumo y características del consumidor varían de región a región, por lo tanto el mensaje debería adaptarse a estas variables.

## CIRCULACION Y TARIFAS DE PUBLICIDAD

De acuerdo a un informe presentado por J. Walter Thompson de Venezuela, los periódicos que tienen mayor circulación en el interior son Panorama con 130.030 ejemplares, Crítica con 82.788, Noti-Tarde con 60.000 y El Siglo también con 60.000.

Las tarifas publicitarias se encuentran prácticamente al mismo nivel de la prensa caraqueña.

DIARIOS	CM/COL	1/2 Pág.	1 Pág.
PANORAMA	18	3.400	6.600
CRITICA	18	3.400	6.600
EL IMPULSO	17	3.400	6.500
NOTI TARDE	17	1.800	3.500
LA NACION	16	3.000	5.700
EL EXPRESO	16	3.900	7.236

Fuente: El Mercado Venezolano. Informe Anual. J. Walter Thompson de Venezuela

## LA PRENSA VECINAL

Considerando que este tipo de medio de comunicación debería ser una buena alternativa para el anunciante, resulta de especial interés conocer el tipo de publicidad que aparece aquí y el espacio que ella ocupa. Para conocer sobre esto tomamos una muestra opinática de cinco impresos, que son:

- Alternativa: La voz de la comunidad del MIC
- Solidaridad vecinal: FACUR
- Cuadernos de vecinos: La revista del Movimiento de Vecinos
- La Voz de Caricuao: Grupos del Sector de Caricuao
- La Vega dice: Grupos del Sector La Vega.

### 1.- Alternativa:

Tiene 12 páginas que ocupan 7.056 cm<sup>2</sup> de los cuales 1.061,3 cm<sup>2</sup> están dedicados a publicidad, lo que representa un 15,04%

### 2.- Solidaridad Vecinal:

Ocupa 12 páginas que equivalen a 7.056,0 cm<sup>2</sup>, de los cuales 1.740 representan espacios publicitarios, lo cual arroja un 24,66%.

### 3.- Cuadernos de vecinos:

Tiene 16 páginas que significan un centimetraje de 9.408,0 cm<sup>2</sup> y 1.096 cm<sup>2</sup> están dedicados a la publicidad, lo que representa un 11,66%.

### 4.- Voz de Caricuao

Ocupa 8 páginas que representan 4.704,0 cm<sup>2</sup> y 588,0 cm<sup>2</sup> son destinados a publicidad, dando esto un porcentaje de 12,50%.

### 5.- La Vega Dice

No tiene ningún tipo de publicidad.

Los anunciantes de estos impresos se refieren a los comercios que funcionan en el área donde circulan estos medios de comunicación. En su mayoría son Farmacias, Librerías, Peluquerías, Jugueterías, Zapaterías, Talleres, etc. Estos periódicos tienen un rendimiento bastante considerable a este nivel, Solidaridad Vecinal es el que cuenta con más avisos.

A nivel de Agencias de Publicidad, según conversaciones sostenidas, estos medios pueden resultar de mucho interés a la hora de buscar un mayor rendimiento publicitario. Por lo mismo que señalábamos en páginas anteriores sobre la segmentación del mercado. Los impresos vecinales tienen bastante futuro en el área publicitario ya que llegan a un público lector sumamente específico, y en la planificación de medios se busca siempre invertir en función de llegar de la forma más económica al mayor número de lectores que interesan. Contratando avisos en cualquier periódico de mayor circulación habrá que pagar mayores tarifas y se corre el riesgo de que el mensaje no llegue a todo el que interesa contactar.

En inconveniente que existe es que a fin de cuentas puede resultar no muy adecuado para comunicar un mensaje de impacto. Se considera que la calidad de impresión es muy baja y el cliente puede objetar la inserción de su aviso en estos medios.

## AGENCIAS DE PUBLICIDAD DEL INTERIOR

Actualmente operan en el interior del país una totalidad de 85 Agencias de Publicidad,

distribuidas por estado de la siguiente forma:

Anzoátegui	3
Aragua	16
Bolívar	5
Carabobo	10
Falcón	2
Lara	14
Mérida	2
Miranda	3
Nueva Esparta	2
Táchira	2
Zulia	26

En cuanto a las cuentas de estas Agencias, en su mayoría son clientes que operan en el área de interés de la Agencia y algunos clientes nacionales con intereses en la región, por ejemplo: Colegio de Ingenieros, MARAVEN, LAGOVEN, El Fortín, Multi-Lock, Burroughs, General Electric, IMAU, etc.

Las que más facturan son:

Corpa Lara, Corpa Maracaibo, Multianálisis, LBM Publicidad, Publicidad Torbes, Ars-Moreno Valbuena, Matheus & Asociados, Araujo & Asociados.

Inscritas en FEVAP están las siguientes:

Publicidad Torbes, Araujo & Asociados, Ars-Moreno Valbuena, Corpa Zulia, MTS Zulia, MTS Publicidad.

**CERPE**  
CENTRO DE REFLEXION  
Y PLANIFICACION EDUCATIVA

Calle Santa Teresa de Jesús, Edif. CERPE  
Apartado 62.654 - Teléfono 31.38.25  
La Castellana  
Caracas 1060-A

LINEAMIENTOS EDUCATIVOS DE LA COMPA EN VENE.  
LA EDUCACION EN LA PRAXIS  
S.C.E.P.E. EL CICLO INTERPRETATIVO INVESTIGACIONES EDUCATIVAS VENEZOLANAS  
RENOVACIONES POLITIZACIONES CONE  
ICU

---

# "NIÑOS CANTORES TV": CRONICA DE UN CONFLICTO

---

SIRIO J. VALBUENA

Por primera vez en Venezuela, un proyecto para sacar al aire una señal de Televisión con proyección Regional, se torna en conflicto de dimensiones nacionales. Nos referimos, por supuesto, al proyecto "Niños Cantores TV" que lleva adelante el "Instituto Niños Cantores del Zulia", conjuntamente con el Arzobispo de Maracaibo. Desde hace más de un año han resultado infructuosas las gestiones realizadas ante el Ministerio de Transporte y Comunicaciones para obtener el permiso correspondiente.

La participación en ese conflicto del actual presidente de la República, de un lado, y la alta jerarquía de la Iglesia Católica, del otro, nos hace pensar que la resolución del mismo generará consecuencias de largo alcance, no solamente para el futuro de los medios de difusión masiva de nuestro país, sino para lo que será en los próximos años las relaciones institucionales entre el partido Acción Democrática y la Iglesia Católica.

Hasta ahora el principal promotor de la idea del canal de televisión, el sacerdote Gustavo Ocando Yamarte, ha logrado el respaldo de todos los partidos de la oposición y de una diversidad de organizaciones vecinales, gremiales y sindicales. Ello le ha permitido a este líder religioso colocar al Ejecutivo Nacional en el "banquillo" de los acusados. En el presente trabajo nos proponemos analizar periódicamente los aspectos de mayor trascendencia relacionados con el citado conflicto.

## BREVE HISTORIA

EL "Instituto Niños Cantores del Zulia" comenzó a hacerse realidad en 1976, gracias al apoyo que le brindó el entonces Presidente de la República, Carlos Andrés Pérez. A través de la Gobernación del Estado y la Lotería del Zulia se hicieron los primeros aportes para el inicio de las obras de lo que es hoy en día un impresionante complejo cultural que, en la parte educativa, incluye desde la Escuela Básica y Diversificada hasta la formación universitaria.

El Instituto comprende, además, la Planta de Televisión, una Granja Pedagógica, un teatro, un complejo deportivo y una iglesia. La inversión global hasta el 15 de diciembre de 1985, según la información que han suministrado las autoridades de la institución, es de más de 205 millones de bolívares, incluyendo sueldos, salarios y gastos generales.

De la cifra arriba señalada, el Estado venezolano aportó un poco más del 68 por ciento, principalmente bajo la figura de "donaciones". Los aportes privados representan casi el 30 por ciento y los ingresos propios están en el orden de 2,55 por ciento.

El 24 de abril de 1985 culminaron los trabajos relacionados con la construcción del edificio sede de la planta de televisión, para lo cual se atendió cada una de las indicaciones emanadas del MTC. Una vez culminada esta etapa, y de acuerdo con el Reglamento de Radiocomunicaciones, debía producirse inmediatamente la inspección de las obras, condición

previa para la realización de pruebas durante un período no mayor de 30 días. Esta es precisamente la fase en que se inicia el conflicto: el MTC decidió no realizar esa inspección.

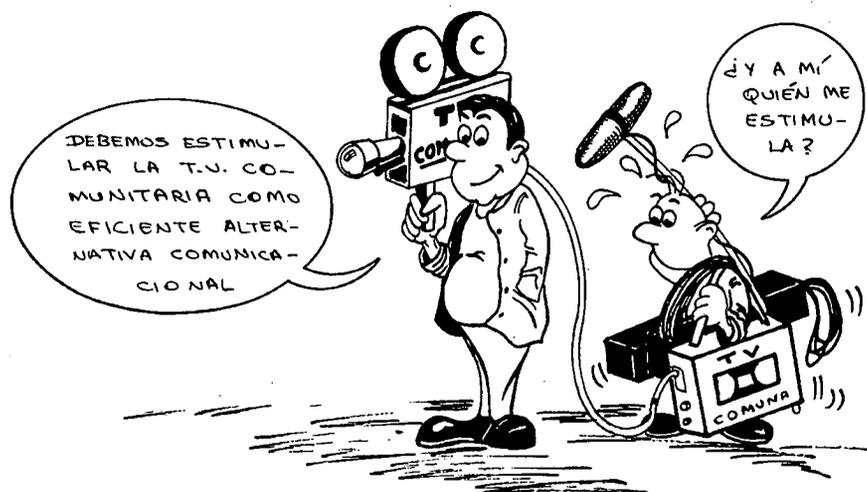
## ACCION MAQUIAVELICA CONTRA "NIÑOS CANTORES TV"

Llama poderosamente la atención la forma como se ha orientado toda una campaña periodística para justificar la postura del Ejecutivo Nacional y, al menos de la mayoría de los miembros del "cogollito" de Acción Democrática, contra el proyecto "Niños Cantores TV". En esta campaña periodística los hechos han sido tergiversados maquiavélicamente y hasta ha sido acompañada con formas de presión poco ortodoxas para doblegar el respaldo brindado por el Arzobispo Roa Pérez a la gestión del sacerdote Gustavo Ocando Yamarte.

Producto de tales presiones sobre el máximo representante de la Iglesia Católica en el Zulia, es la llamada "Declaración Conjunta" que apareció en la prensa del día 21 de marzo pasado, respaldada con la firma del Gobernador del Estado Zulia, doctor Omar Barboza, y el Arzobispo Roa Pérez. En este documento la Iglesia se ve obligada a aceptar la inexistencia, o por lo menos, la poca confiabilidad de un estudio de factibilidad del proyecto "Niños Cantores TV". Asimismo una de las versiones de prensa de mayor impacto que se puso a circular a nivel nacional se refiere a la supuesta reservación del permiso para la señal del Canal 11 a una persona en particular, en lugar del "Instituto Niños Cantores del Zulia".

En tal sentido se puede leer, por ejemplo, una extensa información atribuida al veterano periodista Coromoto Alvarez, quien cubre la fuente de Miraflores paa el diario "Ultimas Noticias", en la que se afirma que esa persona es el sacerdote Gustavo Ocando Yamarte. Agrega Alvarez que, "según oficio 2.392 de fecha 16 de diciembre de 1982, el funcionario del gobierno anterior (de L.H.C.) Luis Leáñez Lugo, hizo tal reservación". (1)

Pues bien, nosotros logramos obtener una copia del mencionado oficio y en él mismo se lee muy claramente lo siguiente: "Tengo el agrado de dirigirme a usted, en respuesta a su



DUARDO

comunicación de fecha 21-09-82, mediante la cual solicita en representación del Instituto Niños Cantores del Zulia (destacado nuestro) el otorgamiento del Canal 11 (198-fin de instalar y operar una estación de televisión en la ciudad de Maracaibo, Estado Zulia". Como profesionales del oficio nos viene a la mente una pregunta muy lógica sobre este asunto: ¿Mintió el señor presidente de la República o el periodista Coromoto Alvarez?

Dentro del mismo estilo se ubica otra información que publicó el diario "Últimas Noticias" el pasado dos de Junio. En un titular desplegado a seis columnas se pregunta: "¿Dónde están los 189 millones que CAP y LHC dieron a un cura para la TV de los Niños Cantores del Zulia?" Esta pregunta se la atribuye el periodista (no identificado) al ciudadano presidente de la República.

De acuerdo con el contenido de un documento hecho público por el "Instituto Niños Cantores del Zulia", en el cual se hace una relación rigurosa de los aportes hechos por ambos gobiernos, la interrogante que se atribuye al Dr. Jaime Lusinchi -en relación con el monto del dinero otorgado al Instituto a lo largo de diez años- es falsa. La cifra real registrada entre el mes de noviembre de 1975 y el 31 de diciembre de 1985 es de 125 millones 34 mil 100 con 20. De esta cifra total sólo dos millones de bolívares fueron otorgados para la edificación y compra de equipos correspondientes al proyecto "Niños Cantores TV".

Se infiere de lo señalado anteriormente que, o bien el Jefe del Estado ha sido manipulado por sus informadores o él es partícipe de esa acción maquiavélica que pretende impedir la salida al aire de la señal del Canal 11, al menos en su concepción original. Veamos otros hechos.

## ¿PUEDE EL ESTADO CONVERTIRSE EN ACCIONISTA DE "NIÑOS CANTORES TV"?

Atendiendo al contenido de varias informaciones de prensa, entre ellas un reportaje atribuido a Lil Rodríguez y publicado en el "Diario de Caracas el 10-03-86, el Ejecutivo Nacional basó uno de sus objetivos tácticos de mayor alcance en la posible conversión de los aportes hechos al "Instituto Niños Cantores del Zulia", en acciones que le daría el control del Canal 11 hasta un 60 por ciento de su capital.

Tal pretensión es calificada como un exabrupto jurídico por los asesores legales del Instituto, ya que éste aparece como único accionista de "Niños Cantores TV". Ni en la Constitución Nacional ni en la Ley de Salvaguarda del Patrimonio Público aparece fundamentación legal alguna para apoyar una acción de tal naturaleza.

El cura Ocando Yamarte sostiene sobre el particular que "no aparece por ninguna parte escrito que por haber hecho aportes al Instituto, el Gobierno puede convertirse en accionista del Canal 11 y mucho menos con un 60 por ciento que acciones que se intentan justificar por los dos millones de bolívares otorgados a los fines específicos del canal 11". (2)

## INTERESES POLITICOS Y ECONOMICOS SE OPONEN AL PROYECTO "NIÑOS CANTORES TV"

El pasado cuatro de abril Monseñor Mariano Parra León fijó su posición ante el conflicto provocado por la salida al aire del Canal 11. Durante un intercambio de impresiones con el Diputado Miguel Henrique Otero Castillo; presidente de la Subcomisión de Cultura del Congreso Nacional, el Obispo zuliano afirmó lo siguiente:

*"Creo que en todo esto hay un asunto político de por medio y contra el padre Ocando Yamarte. Es una especie de oposición y celo hacia la maravillosa obra que ha hecho él en el Zulia y eso es lo que tiene detenido la salida al aire del Canal 11 de Maracaibo"* (3)

Por otra parte, la actitud del Presidente, Dr. Jaime Lusinchi, contraria al inicio de operaciones del mencionado canal, está siendo vinculada con la disputa que éste mantiene con el ex-Presidente Carlos Andrés Pérez por la supremacía en el liderazgo de Acción Democrática.

En la edición de la Revista "Elite" del pasado 10-06-86 aparece un comentario en el que se analizan las declaraciones que suministró el Dr. Jaime Lusinchi en la oportunidad en que destacó la necesidad de saber en manos de quién están los 189 millones de bolívares otorgados a "Niños Cantores del Zulia". El Jefe de Estado completó la frase anterior de la siguiente manera: "... concedidos por las administraciones de los presidentes Carlos Andrés Pérez y Luis Herrera Campins". (4)

En el mencionado análisis periodístico se señala que "para cualquier analista político, lo dicho por el Jefe de Estado contiene una clara alusión a CAP; es más, los más suspicaces politólogos ven en esas palabras un interés profundo del hombre de Rubio por ese canal que, indudablemente, si sale al aire, tendrá tanta fuerza como el resto de los canales nacionales (sic) al ser el Zulia una de las zonas más pobladas del país y con un poder de decisión grande a la hora de votar por un presidente" (5)

El periodista y Diputado por AD, Rafael Poleo, se encargó de darle mayor beligerancia al aspecto político inherente al conflicto al conflicto suscitado por el canal de TV regional. En unas declaraciones suyas que recoge el matutino "Últimas Noticias" el 06-06-86 Poleo califica de "oportunistas" a los diferentes sectores políticos que están brindando apoyo al sacerdote Gustavo Ocando Yamarte, pero en realidad sus dardos van dirigidos al secretario general de Copei, Dr. Eduardo Fernández.

En cuanto al espinoso asunto que tiene que ver con la posición de los organismos económicos de la Región Zuliana ante el enfrentamiento que se ha hecho crítico entre el "Instituto Niños Cantores del Zulia" y el Ejecutivo Nacional, el Diputado, copeyano Julio César Moreno, presidente de la Comisión de Medios del Congreso Nacional, decidió llamar las cosas por su nombre.

Con motivo de la visita del mencionado parlamentario a la ciudad de Maracaibo el pasado seis de marzo -para solidarizarse con la lucha que libra el pueblo zuliano en pro del Canal 11-, éste señaló que "los sectores económicos de la región le están negando al Zulia la posibilidad de tener un canal de televisión cultural, informativa y educativa que va a contribuir a elevar el nivel intelectual y moral de su población" (6).

El presidente de la Comisión de Medios del Congreso Nacional no indicó las pruebas que él tiene para hacer tales afirmaciones, pero independientemente de ello hay dos hechos que vale la pena mencionar. El primero es la actitud pasiva y hasta indiferente que han asumido los organismos económicos del Zulia. Y segundo, las profusas informaciones de prensa donde se señala al empresario Alberto "Beto" Finol como la persona que mayor presión ha ejercido sobre el "Instituto Niños Cantores del Zulia" para que el Ejecutivo Nacional, vale decir AD, tome el control del Canal 11.

## ¿PARA QUIEN LA LIBERTAD DE EXPRESION?

Resulta obvia la necesidad de vincular el conflicto surgido en torno al Canal 11, con los postulados que le sirven de fundamento a nuestra democracia en lo que se refiere a la libertad de expresión. Sobre todo si tenemos presente que el actual gobierno ha demostrado ser "hipersensible" a la crítica proveniente de periodistas o de los medios de difusión masiva que ponen al descubierto reales o supuestos errores atribuibles al partido Acción Democrática y sus gobernantes.

El Diputado Miguel Enrique Otero Castillo, Presidente del Comité Pro Defensa de "Niños Cantores TV", destacó el pasado 19 de abril que existe una clara relación entre la negativa del Ejecutivo Nacional de autorizar la salida al aire del Canal 11 y el surgimiento

"en este período Constitucional, desde los primeros tiempos del gobierno... (de) una tendencia oficial que pretende cercenar o mediatizar ese derecho" (la libertad de expresión).(7) Luego de señalar la existencia de varios autos de detención y allanamientos policiales de la residencia de periodistas, el Diputado Otero Castillo agregó lo siguiente:

*"La Iglesia ha solicitado -sin ningún eco hasta ahora- permiso para que pueda salir al aire el Canal 11 de Televisión de los 'Niños Cantores del Zulia'. El gobierno se niega a darle la autorización correspondiente. El gobierno se enterca, pero no da razones. Parece ser un capricho, un típico abuso de poder de algunos gobernantes tropicales... La Iglesia ha sido muy categórica al aclarar que no se asociará con el gobierno ni con los 'empresarios' oficialistas que tienen esa pretensión. Y el Papa Juan Pablo II ha dicho que 'la Iglesia debe tener sus propias estaciones de radio y televisión'" (6).*

En el discurso pronunciado en el Concejo Municipal de Soledad, Estado Anzoátegui, con motivo de celebrarse la mencionada fecha nacional, el Diputado Otero Castillo puntualizó que mientras el gobierno pretende privar a la Iglesia del Derecho que le asiste en el caso de NCTV, algunos de sus funcionarios se encargan de promover la salida al aire del Canal 10 en Caracas, el cual estará en manos de empresarios vinculados al partido de gobierno.

El parlamentario independiente, electo en las planchas de Copei, fue particularmente enfático cuando se refirió al actual Ministro de Relaciones Interiores, Dr. Octavio Lepage, a quien acusó de querer "ponerle la mano a los medios de comunicación social". Al efecto citó algunas afirmaciones hechas por el Dr. Lepage ante el Secretariado Nacional de la juventud de Acción Democrática: "somos un partido sin control sobre los medios de comunicación ... No nos hemos cuidado en el pasado, cuando ejercimos el poder, de procurarnos medios de comunicación propios. AD es un partido sin diarios, sin canales de televisión y sin estaciones de radio".

La insólita autocrítica del precandidato "oficial" de AD nos permite concluir que el presente régimen parece cada vez menos dispuesto a mantener y respetar el principio de la defensa del pluralismo ideológico en los medios de difusión masiva, el cual es, sin lugar a dudas, uno de los pilares de la democracia representativa.

## ¿QUE COSAS NOS DEBEN PREOCUPAR ACERCA DEL CANAL 11?

Por ejemplo nos debe preocupar a todos los venezolanos y en particular a los zulianos, que el proyecto "Niños Cantores TV", efectivamente se inscriba por siempre dentro del más genuino concepto de la zulianidad. Es decir, que en ningún momento y bajo ninguna circunstancia se aparte de los principios que tienen que ver con la defensa de quienes nunca han tenido voz en esta región.

Pero mantener tales principios implica que NCTV debe contar con el más franco respaldo del pueblo zuliano. Ello le permitirá tomarse en poderoso incentivo en términos del proceso cultural en esta región que ha sido castigada como ninguna otra, si tomamos en cuenta el aporte que ésta brinda al erario nacional.

La seriedad y respetabilidad que nos merece el "Instituto Niños Cantores del Zulia", es, a nuestro juicio, la mejor garantía en cuanto a la calidad cultural en la programación del Canal 11. Estos contenidos servirán en última instancia para contrarrestar los efectos distorsionantes que, culturalmente hablando, se perciben a través de la programación de los canales de la TV comercial.

Cualquier duda acerca de la identificación de NCTV con la Región Zuliana podría despejarse con la constitución de un Consejo Consultivo Regional, en el que podrían estar representados las asociaciones de vecinos, el Colegio Nacional de Periodistas, el Sindicato Nacional de Trabajadores de la Prensa, el Sindicato de Trabajadores de la Radio y la Televisión del Estado Zulia, las Escuelas de Comunicación Social de la UNICA y de LUZ y la

Arquidiócesis de Maracaibo. La función de este Consejo se reduciría a emitir opinión en los casos en que ella fuese solicitada y a realizar evaluaciones anuales de la programación del mencionado Canal 11.



\* (Al introducir en imprenta el artículo, el 18 de Noviembre, Mons. Domingo Roa Pérez, Arzobispo de Maracaibo, anunció en la Basílica de Nuestra Señora de la Chiquinquirá que el Presidente de la República, Jaime Lusinchi, había otorgado a la diócesis la respectiva autorización).

## NOTAS

- 1) Coromoto Alvarez. Información publicada en el Diario "Últimas Noticias" con el título "A nombre del Padre Gustavo Ocando Yamarte y No de los Niños Cantores Reservó LHC Caracas 04-06-86.
- 2) Lil Rodríguez. Es el segundo de una serie de reportajes donde se analiza la situación del "Instituto Niños Cantores del Zulia" y particularmente el conflicto surgido en torno a la salida al aire del Canal 11. Aparece con el título "Un proyecto Bien Bonito Sigue Contando su Historia: El Estado No Puede Convertir en Acciones los Aportes al Canal 11". El Diario de Caracas 10-03-86; p. 39.
- 3) Monseñor Mariano Parra León. Información publicada en el diario El Nacional; Caracas 16-04-86, p. D-5.
- 4) Comentario editorial de la Revista Elite, el cual aparece con el título "TV Niños Cantores del Zulia: Lusinchi Lusinchi Contra CAP". Caracas, 10-06-86, p. 27.
- 5) Entrevista concedida al Corresponsal del diario "El Nacional" en Maracaibo el 07-03-86; Caracas p. D-9.
- 6) Miguel Henrique Otero Castillo. Reseña del discurso pronunciado por éste en el Concejo Municipal de Soledad, Estado Anzoátegui, con motivo de la celebración del 19 de Abril; Diario "El Nacional", Caracas 20 de abril de 1986.

10 AÑOS

# comunicación

ESTUDIOS VENEZOLANOS DE COMUNICACION  
PERSPECTIVA CRITICA Y ALTERNATIVA

Edif. Centro Valores, local 2  
Esquina Luneta  
Apartado 4838 Tf: 563.50.96  
CARACAS 1010-A -- VENEZUELA

---

# "RADIO OCCIDENTE" MODELO DE RADIODIFUSION AL SERVICIO DEL DESARROLLO

---

BERTA BRITO

Radio Occidente de Tovar en el Estado Mérida; está integrada a una importante experiencia que se viene desarrollando en América Latina a partir de 1947 en el campo de la educación radiofónica, desde que en Boyacá, Colombia, nació el modelo de Radio Sutatenza como base para un proceso de alfabetización y capacitación campesina.

El camino recorrido desde entonces ha sido accidentado, pero la combinación del saber con la praxis ha permitido mejorar la experiencia y hoy existen a lo largo de la geografía de 17 países latinoamericanos cuarenta y dos emisoras de este tipo enclavadas, fundamentalmente, en áreas agrícolas. La mayor parte de ellas nacieron al calor de los movimientos cristianos de base, que interpretaron la urgente necesidad de usar la radio como instrumento para promover cambios sociales en las zonas más deprimidas.

Otras fueron fundadas por las diócesis católicas y, aunque heterogéneas en su formación, se han impuesto el desafío de servir como instrumentos alternativos al uso comercial de este medio, el cual cuenta en América Latina con 3.225 emisoras que transmiten un promedio de 15 horas-radio cada una, o sea, un total de 50 mil horas-radio diarias para 300 millones de habitantes, que reciben un inmisericorde bombardeo de música extranjera, contenidos generalmente antidemocráticos y antinacionales y mensajes que, según expresa Miguel Urioste en la Revista ALER INFORMA,(1) en esencia son la negación de la comunicación.

## COMUNICACION AL SERVICIO DE LA EDUCACION POPULAR

Radio Occidente fue fundada el 8 de septiembre de 1961, bajo los auspicios de la Arquidiócesis de Mérida, por el párroco de Tovar, José Eustorgio Rivas, y desde enero de 1962 mantiene ininterrumpidamente programas de educación radiofónica.

Desde sus inicios siguió el modelo de la época (Radio Sutatenza), en cuanto a la organización y capacitación de su personal y también en lo relacionado con la producción de libretos, para lo cual vinieron técnicos de la emisora colombiana a preparar el personal de la nueva emisora.

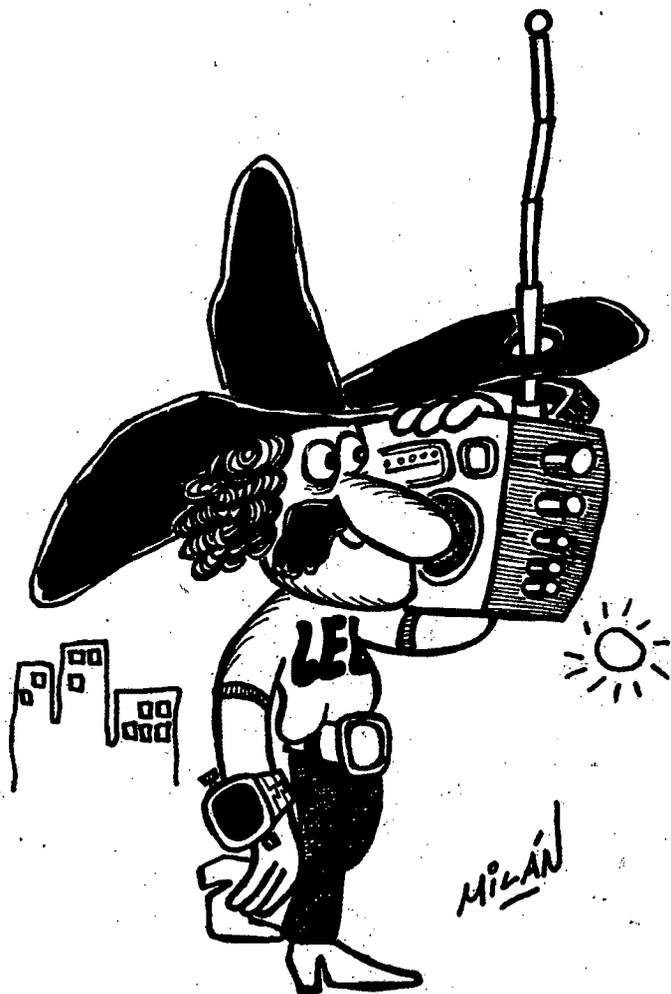
Su Director actual es el Padre Ricardo Silguero, de quien obtuvimos un recuento histórico de la emisora y sus propias vivencias a partir de 1972, cuando asumió su dirección.

En los primeros 11 años de la emisora se siguieron los lineamientos de su homóloga colombiana, para lo cual se creó la Acción Cultural de Venezuela, integrada por 22 párrocos, que elaboraban la programación de la emisora hasta 1971, cuando la Arquidiócesis de Mérida nombró Director a Silguero.

Los cinco años siguientes se emprendió la tarea de rescatar la emisora que atravesaba una situación económica difícil y en 1978 se reiniciaron los programas de alfabetización y se agregaron otros más, por lo que se considera esta una nueva etapa.

La emisora se unió a la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER) en 1973 y, al igual que el Instituto Radiofónico Fe y Alegría que funciona en Caracas, sigue los lineamientos y tiene la asistencia de dicha Asociación.

El personal de la única emisora de Tovar es de 22 empleados, entre locutores, operadores y personal de producción.



## ORGANIZACION Y COBERTURA

Radio Occidente transmite en 1100 kilohertz con 15 kilovatios de potencia. Tiene una cobertura limitada a parte de los pueblos del Estado Mérida circundantes a Tovar: El Vigía, Guayabones y La Azulita por el Norte; Zea, Santa Cruz de Mora, Mesa Bolívar, Chiguará, Lagunillas, San Juan, al Este; Bailadores, Coloncito, La Grita, por Occidente y a los caseríos

aledaños dentro de esa área. La planta de transmisión se encuentra en el Páramo de Mariño y existe la intención de ampliar la cobertura con una emisora de Onda Corta, a los pueblos del Sur, que por ser muy montañosos no captan las transmisiones.

La programación se canaliza desde la base mediante los Centros de Educación Radiofónica Popular (CERP), iniciativa que lleva adelante la emisora de Occidente. Los CERP funcionan en cada comunidad (barrio o aldea campesina) con el propósito de buscar la superación de sus integrantes y se organizan en cinco tipos: Formación Cristiana, Mejoramiento del Hogar, Mejoramiento Agrícola, Juventud y Estudios de Primaria.

Los grupos pueden comenzar con siete miembros y se consideran "formados", cuando alcanzan el número de doce. Las personas que tengan interés pueden participar en dos grupos y cada grupo debe reunirse, por lo menos, una vez a la semana con su responsable, quien se denomina Comunicador Popular y es nombrado por los integrantes del grupo. Este comunicador tiene el compromiso de asistir a los cursillos que periódicamente le brinda la emisora.

Todos los integrantes de los distintos grupos de una aldea constituyen el Centro de Educación Radiofónica Popular, requiriéndose por lo menos dos grupos para constituir un Centro. La máxima autoridad del Centro es la Asamblea, formada por todos los miembros de sus grupos y las actividades son coordinadas por un equipo integrado por los Comunicadores Populares, un delegado por cada uno de los grupos formados y el Corresponsal Campesino. Este equipo tiene también responsabilidad de coordinar las actividades comunitarias que los grupos realizan en conjunto.

El Corresponsal Campesino es nombrado por la comunidad y es el encargado de enviar a Radio Occidente las noticias de todo lo que suceda en su aldea o barrio.

Esta es la forma en que la emisora logra una intercomunicación entre los habitantes del campo y su radio. No es indispensable que el Corresponsal sepa leer y escribir, sólo se requiere que tenga cierta madurez y una firme voluntad de servicio a su comunidad.

Cada Centro local está representado en la Asamblea Regional por dos de sus miembros elegidos por la comunidad. La Asamblea es el organismo que une los Centros y donde se decide sobre los programas educativos a desarrollar con el fin de que éstos respondan a las reales necesidades de la comunidad.

## FILOSOFIA EDUCATIVA

La base organizativa del modelo de Radio Occidente se corresponde con su Filosofía Educativa, que el Padre Silguero define como de absoluta concordancia con los objetivos que se ha trazado la emisora:

- 1.- Promover los valores que permitan alcanzar (en el campesino) identidad individual y colectiva para el crecimiento integral.
- 2.- Suscitar que el campesino se valore a sí mismo y que esta valoración sea reconocida aquellos que están fuera del ambiente.
- 3.- Incentivar la toma de conciencia comunitaria que permita desarrollar acciones permanentes para la defensa de sus derechos fundamentales.
- 4.- Estimular que las acciones reivindicativas sobre sus derechos humanos se realicen en sentido de Bien Común.
- 5.- Apoyar la organización de las comunidades para que adquieran poder de decisión en todas las etapas de la producción, distribución y mercadeo de los productos del campo.
- 6.- Suscitar la reflexión y las actividades de la vida en que puedan germinar y dar fruto el Anuncio del Evangelio, para contribuir así a la Evangelización de la región.
- 7.- Hacer de la Radio el centro de intercomunicación y vehículo de solidaridad entre las organizaciones populares y las demás instancias de la sociedad.

Filosóficamente se conjugan tres líneas de acción: educación popular, comunicación popular y organización popular, que es la base de la programación de ALER y están expuestos en los documentos de Medellín y Puebla, donde la Iglesia Latinoamericana asumió el uso de los medios de comunicación como instrumentos de una evangelización renovada.

Esto lo logra Radio Occidente permitiendo que la gente use la radio como medio de expresión y a través de los distintos programas que tiene.

## PROGRAMACION DE AUDIENCIA ORGANIZADA

La emisora de Tovar mantiene dos programaciones distintas. Los programas de Audiencia Organizada para estudios sistematizados de alfabetización y educación primaria que combinan tres elementos: esquemas escritos, explicaciones radiales y apoyo directo del Comunicador Popular en las reuniones semanales con los participantes. En esas reuniones el Comunicador entrega los esquemas, corrige las tareas, hace aclaraciones a las dudas y promueve la discusión sobre los problemas y necesidades de la comunidad.

La capacitación agrícola, también de Audiencia Organizada, está dirigida a aumentar la producción, mejorar los cultivos y establecer formas organizativas que permitan al campesino defender los precios de sus productos. Esta se realiza a través de Campañas que la emisora lleva en dos programas: "El Corresponsal Campesino" y "Radioforo Campesino".

Los programas de Mejoramiento del Hogar capacitan sobre educación de los hijos, cuidado de la salud, administración de la casa, aprendizaje de manualidades, corte y costura, etc.

Para llenar de una manera interesante el tiempo libre de los jóvenes, enseñándoles actividades recreativas y relacionándolos con otros grupos juveniles, está el programa "Informativo Juvenil", que estimula a la juventud a que exprese lo que hace, lo que es y porque se reúne. Por último, el programa de Formación Cristiana, donde los participantes reflexionan sobre la Fe y conocimiento del evangelio.

## PROGRAMACION DE AUDIENCIA NO ORGANIZADA

Con esta programación la emisora busca brindar una adecuada información sobre sucesos locales, regionales, nacionales e internacionales; transmitir música y espacios recreativos y culturales y, fundamentalmente, promover la participación de la colectividad.

Esto se logra, en opinión del Padre Silguero, permitiendo a la comunidad el acceso a la radio y esta estrecha vinculación permite a la emisora ir transformando en programas las peticiones y necesidades de la propia comunidad.

Uno de los más solicitados es "De Todos y Para Todos" con participación directa de la gente, la mayoría de las veces desde sus propias comunidades. Otro, "Participación Popular", se basa en la correspondencia de los oyentes; "Deportes para Todos", dedicado a las actividades colectivas propias de la zona; "El Pueblo y su Música" donde se canalizan las diferentes manifestaciones artísticas populares; "Esta es mi Venezuela" de música popular venezolana, por regiones y costumbres, y otro de Música Popular Latinoamericana, con comentarios. Los noticieros en número de tres, se transmiten a las 7.30 a.m.; 12.30 p.m. y 6 p.m.; para esta programación cuentan con los servicios de la agencia de noticias del Estado, VENPRES; un servicio de noticias del Tercer Mundo y lo que toman de la prensa diaria.

Todos los programas -excepto las clases sistematizadas- se están elaborando continuamente, en especial los dirigidos a los campesinos.

En este momento se realiza con el IRFA de Caracas, una experiencia nueva sobre el uso del material de alfabetización, que consiste en la edición de pequeños libretos con dibujos que

se envían a las comunidades para ser discutidos en los grupos y descubrir así la palabra o frase generadora para incorporarla al proceso de alfabetización.

## ESTRUCTURA ECONOMICA

El Padre Silguero, respondiendo a nuestra pregunta explica que desde hace diez años no reciben ayuda de nadie. Fue la época en que la emisora confrontó una fuerte crisis económica porque los organismos oficiales les suspendieron el aporte que le daban y la Arquidiócesis de Mérida hizo frente a las necesidades de la emisora. Ahora se financian con la publicidad local porque a nivel nacional es muy poca la que obtienen.

Asegura el Padre Silguero que al prescindir de la ayuda oficial, que es bastante insegura, se evitan las presiones de que han sido objeto para que salgan del aire programas donde la propia comunidad hace denuncias sobre los problemas que confronta y, por otra parte, esto les permite tener más libertad.

En relación a las presiones, explica que las ha habido a nivel del Obispado, donde se les ha acusado de izquierdistas sin saber en definitiva por que, una vez que el Obispado ha hecho la investigación sobre los programas (que son todos grabados) se da cuenta que las denuncias no tienen ningún fundamento.

Lo que pudimos comprobar en el sitio es la receptividad que tiene la emisora por parte de la colectividad. Se puede decir que su programación supera en rating al de las siete grandes emisoras que tiene el Estado: Ondas Panamericanas en El Vigía; Radio Cumbres, Radiodifusora Andina, Radio Los Andes, Radio Mérida y Radio Universidad todas en la ciudad de Mérida. Dentro de esa área, Radio Occidente es la única que opone un estilo distinto a la radiodifusión comercial, con una programación inequívocamente dirigida a la superación de la colectividad tanto en el campo educativo, como cultural y organizativo.

El mensaje de esta Emisora, que puede considerarse un modelo de radiodifusión para el desarrollo regional, es dignificante y, el pueblo towareño lo ha captado así para su orgullo.

### NOTAS:

(1) Número 10º Aniversario de ALER INFORMA (1984)



## COMUNICAÇÃO & SOCIEDADE

### 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

---

# TELE-BOCONO: ¿UNA EXPERIENCIA DE TV ALTERNATIVA Y REGIONAL?

---

GISELA GOYO  
JANETE FONSECA  
MARCOS ANTOIMA

## Breve reseña histórica

1978: Una cámara. Un grabador. Una idea. Deseos de trabajar por el bien de la colectividad, de la juventud boconesa. Una televisora ¿Una alternativa?

1986: TELEBOCONO, Canal 3. Un estudio. Un móvil. Siete años de esfuerzos, de trayectoria, de tropiezos.

Siete años de televisión local.

Un nuevo reto: Continuar en el aire; mayores recursos; mayor alcance para encauzar los recursos humanos de Boconó: los jóvenes.

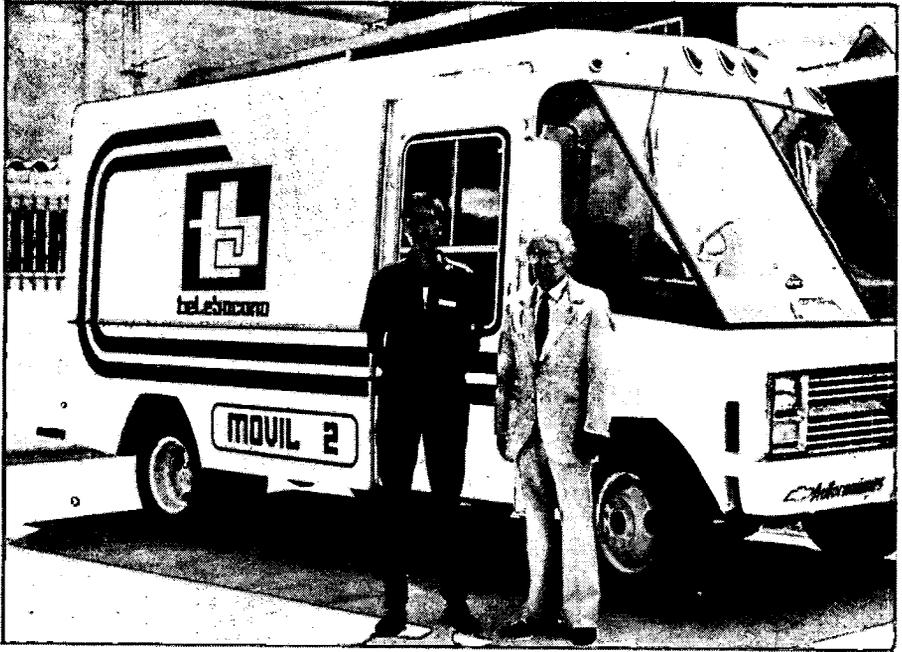
---

La semilla de lo que es hoy la Televisora Cultural Boconesa, comenzó por un diálogo entre varias personas de Boconó, preocupadas por diversos problemas que acosan a los jóvenes en este siglo. El Capitán Pablo Miliani y la Señora Miriam Zambrano, Presidenta del Ateneo de Boconó, y otras personas ligadas al acontecer cultural de esa región, compartieron la misma inquietud. Las drogas, el bajo rendimiento académico de los muchachos boconeses, la indisciplina fueron los principales problemas, que causaron inquietud en este grupo de personas, en el año 1977, aproximadamente. Ellos mismos reflexionaron, posteriormente, sobre la trascendencia de un medio de difusión masiva, manejando como posibilidad la creación de uno que encauzara las potencialidades de la juventud boconesa ¿Un periódico? Es posible . . . ¿Una emisora de radio? Quizás . . . ¿Una televisora? Bueeeno.

Esta última posibilidad, a decir del fundador y Director de la Estación, Pablo Miliani, parecía la más utópica, por lo sofisticado y costoso de los equipos (1). Sin embargo, la idea fue apoyada, hasta hacerla una realidad. El Capitán Miliani se comprometió, como patrocinador de la Televisora, a ceder una parte de su casa, para instalar el equipo necesario que requiere una planta de TV experimental. Primero, consiguió el permiso provisional del Ministerio de Transporte y Comunicaciones. Luego de varios meses al aire, comienza la trayectoria de TV BOCONO como un medio local.

Más adelante, 1978, se crea la Fundación Cultural Boconesa, Institución sin fines de lucro, que patrocina hoy a TELEBOCONO. Así, TELE-BOCONO comienza a funcionar en forma, tras

el reclutamiento de los jóvenes de la comunidad, quienes aprenden sobre la marcha de la Televisora.



### Objetivos de TELEBOCONO

Desde que salió al aire, TELEBOCONO se propuso las siguientes metas:

- Encauzar las capacidades de los jóvenes de Boconó, utilizando un medio de difusión como Escuela.
- Ser una vía de escape ante el poder comunicacional de los medios comerciales.
- Impulsar la cultura de la población Boconesa.
- Rescatar los valores y tradiciones del Estado Trujillo y de la localidad.
- Arraigar la población y su región; y a que contribuya con su presencia y esfuerzo, el fortalecimiento de las regiones.

### Financiamiento y relaciones interinstitucionales

En materia de finanzas, TELEBOCONO depende principalmente del Capitán Miliani, quien ha invertido el mayor capital en la misma. Como iniciativa privada, sin fines de lucro, recibe aportes de los organismos culturales y administrativos de Boconó. El Concejo Municipal de Boconó, asigna a la televisora una cantidad de dos mil bolívares mensuales, y cantidad similar da la Gobernación del Estado Trujillo. En vista de que TV Canal 3 funciona en la casa del Capitán Miliani, no se paga alquiler. Tampoco se paga personal, pues la planta es operada por los jóvenes colaboradores que, a la vez, aprenden que lo mágico de la Televisión no es tan mágico, es más bien práctico.

El dinero que aporta la Fundación Cultural Boconesa, las pequeñas subvenciones, y el aporte del Capitán Miliani, son usados, principalmente, para el mantenimiento de los equipos, y para la compra del material que se necesita a diario para hacer la producción.

TELEBOCONO, está muy ligada, hoy día, al acontecer diario de la región donde se asienta. De esta forma, cubre eventos deportivos, culturales y educativos que se suceden en la zona. Generalmente, el Concejo Municipal, el Liceo Dalla Costa, el Ateneo de Boconó, TISCACHIC, Centro de Acopio Campesino, son las Instituciones y Organismos que están relacionados con la función de la estación.

"( . . . ) Yo considero que TELEBOCONO es una de las instituciones pioneras, en cuanto a la conservación misma de todas las cosas útiles que hay en nuestras ciudades. TELEBOCONO debe tener el orgullo, así se le reconoce. Usted puede salir a hablar con cualquier persona en la ciudad y lo que tiene son elogios para TELEBOCONO."

### Aspectos Técnicos

- CANAL: 13.
- SIGLAS: Iniciales: YVRA-C.  
Actuales: UVD-571.
- FRECUENCIA: Actual: 60 MHz-66MHz.  
Próxima: 1Kwatt de potencia.
- TRANSMISION: Latitud: 9°15'0401. MARCA: RLM.  
Longitud: 70°16'30". MODELO: VHF-3.
- PERMISO: Inicial: M-5A-1.  
Actual: RTD-071-A.
- ANTENA: Tipo: Yagi.  
Soporte: Torre.  
Altura: 30 mts.  
Acimut u orientación: 120°  
Emisión: 6.000 A5C.  
250 F3.  
Ganancia: 4.96 Decibeles.  
Polarización: Horizontal.

La Televisora Cultural Boconesa posee un extenso número de instalaciones y aparatos técnicos, necesarios para poner a funcionar y mantener en el aire a un canal de televisión. En cuanto a su estructura, ésta ocupa un lugar relativamente pequeño para una estación de televisión; pero, su Director ha sabido utilizar muy bien ese espacio físico para dotarla de todo lo necesario y con comodidad. Además, posee un sistema de alarma que resguarda todas sus instalaciones de cualquier riesgo de incendio o de falla eléctrica: luces de seguridad, contadores de electricidad, medidores, voltímetros, apagadores.

La sede de la Televisora se encuentra en la parte trasera de la casa de su Director y fundador, Capitán Pablo Miliani, que junto a sus muchachos, como él llama al equipo de TELEBOCONO, han ido construyendo y anexando áreas para uso de la Televisora. El enorme estudio que posee fue construido con la colaboración de todos ellos, y con el aval económico del Capitán y de particulares que apoyan su labor.

TELEBOCONO también entró en la era de las computadoras. Son cuatro los terminales que almacenan información técnica, de recursos humanos y materiales, y de cualquier otro interés para la Televisora, y con las cuales han elaborado programas (software), para adaptarlos a su programación. El logotipo de TELEBOCONO, por ejemplo, fue diseñado por computadoras.

Además, sirven para impartir clases a los niños y jóvenes boconeses que deseen iniciarse en el fascinante mundo de las computadoras. Cuenta también, TELEBOCONO, con un teletipo antiguo, pero capaz de recibir información, y un equipo de radioaficionado completo.

Todo este arsenal técnico, se ha logrado reunir gracias, principalmente, al aporte económico del mismo Director y a organismos o particulares de Boconó, y del Estado Trujillo.

## Programación

TELEBOCONO transmite su señal tres días a la semana: lunes, miércoles y viernes; durante cinco horas cada día, desde las 6 de la tarde hasta las 11 de la noche. Sus transmisiones comienzan con las notas del Himno Nacional de la República de Venezuela y el Himno del Estado Trujillo.

Más del 60% de la programación de TELEBOCONO, canal 3, se sustenta de material audiovisual, cedido por la Televisora Nacional, canal 5; debido a razones económicas; la Televisora no está en capacidad de producir lo suficiente como para llenar todos sus espacios con producciones propias. TELEBOCONO conoce sus limitaciones en este sentido. A pesar de que cuenta con un equipo técnico bastante completo, capaz de producir material de calidad —una móvil para grabaciones complejas, un amplio estudio de televisión, avanzada tecnología—, y un personal humano dispuesto a dar lo mejor de sí, está consciente de que carece de la capacidad para invertir grandes sumas de dinero en producciones de envergadura. Sus trabajos, aunque modestos y faltos de una mejor utilización de la técnica, están realizados con empeño. Es de hacer notar que TELEBOCONO no cobra por sus grabaciones.

La televisora carece de publicidad. De vez en cuando transmite propagandas alusivas a eventos culturales en el Ateneo de Boconó, con quien mantiene un convenio de cubrir la puesta en escena de todos sus espectáculos. Su apoyo, en este aspecto, es irrestricto. De igual manera, y en la medida de sus posibilidades, cubren cualquier manifestación folklórica de zonas alejadas de la ciudad.

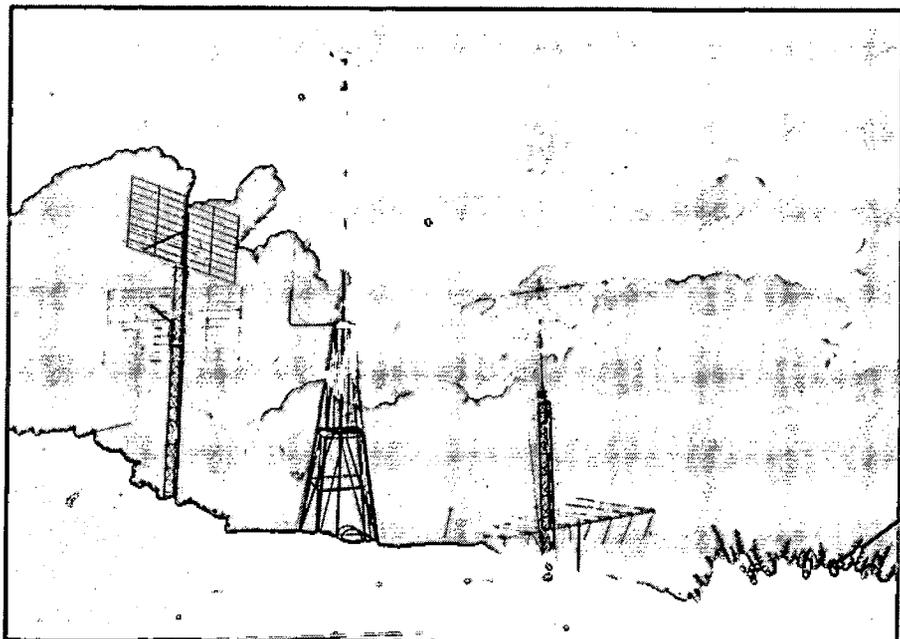
Las producciones pertenecientes al canal 5 no poseen, en su totalidad una óptima calidad, en cuanto a su estado técnico, y no está actualizado. Esto, unido a las fallas, de transmisión de TELEBOCONO, obliga al televidente a cambiar de canal.

A la Televisora Cultural Boconesa sí le interesa la calidad de contenido de sus programas, no la cantidad. Por eso, prefiere limitar el número de sus producciones, de manera de aprovechar los recursos con que cuenta. Dentro de su programación retransmitida se encuentran "OPUS", "DIMENSION", Teatros de escritores noveles y series y películas de corte cultural o de aventuras.

La pauta de programación se elabora el mismo día, antes de salir al aire. Se organiza de acuerdo al material disponible y/o al criterio del director de Transmisión de turno. Se procura mantener una continuidad y un seguimiento, y respetar al público televidente.

De corte cultural, TELEBOCONO da importancia primordial a las actividades culturales, deportivas y sociales de la localidad y de la región. Así mismo, los problemas de la comunidad ocupan un lugar prioritario; ayuda a la solución de sus problemas, por medio de reportajes, micros o entrevistas.

Por otra parte, la Televisora Cultural no transmite novelas ni programas de opinión. Con respecto a las primeras, el Capitán Miliani considera que su contenido no está al nivel cultural requerido, por lo cual prefiere transmitir programas teatrales extranjeros, hasta tanto aquellas lleguen a tener la calidad de contenido que exigen sus transmisiones.



Dentro de su línea informativa, TELEBOCONO evita cualquier manifestación o actividad de corte político. Es así como carece de programas de opinión. Su Director considera que ésta se debe a su comunidad, por lo tanto debe mantenerse aparte de dicha actividad, para poder satisfacer las necesidades de todos los grupos sociales. La estación tampoco transmite noticieros, por no contar con suficiente material informativo en la ciudad.

De acuerdo al resultado de las encuestas realizadas en esta investigación, pudimos deducir que, los boconeses sienten una gran inquietud por verse reflejados en la pantalla, a través de su gente, de sus paisajes, de sus costumbres. Lo demuestra la sintonía del canal 3 cuando transmite actos locales.

Según el Capitán Miliani, la Televisora Cultural Boconesa ha contribuido al cambio de conciencia del televidente boconés, gracias a su programación. Los actos de la localidad transmitidos por ella, los micros concientizadores, los reportajes de la región, han formado en el pueblo una conciencia y una conducta regionalista; han aprendido a querer lo suyo.

Por otra parte, el hecho de que sean los mismos niños y jóvenes boconeses quienes producen y procesen su propio material, le proporciona al canal una audiencia cautiva.

La elaboración de los programas de TELEBOCONO no pasan por un proceso de planificación previo. El equipo de producción concibe y maneja ideas sobre la marcha. Su realización, por tanto, es empírica. El material grabado se transmite, generalmente, el mismo día sin editar, debido a la premura con que trabajan. El proceso de post-producción se limita a saber si se grabó imagen y sonido, por lo tanto, la calidad del material es, muchas veces, deficiente. Cuando el equipo de trabajo tiene tiempo, y no requiere que el programa salga al aire de urgencia, entonces sí se procesa debidamente el material. Sin embargo, las imágenes, por lo general, presentan fallas. Falta de iluminación, de encuadre, de foco, poca estabilidad, son sus problemas frecuentes.

Referente a la calidad de los programas, hay que tomar en cuenta la edad de los niños y jóvenes, quienes tienen a su cargo las grabaciones. Todos ellos, o su gran mayoría, carecen de una base teórica, técnica y práctica en el uso y manejo de equipo, y de creación audiovisual. Por tanto, el aspecto formal y de contenido de los programas es, en ocasiones, pobre.

El equipo de producción de TELEBOCONO refleja su inquietud por resaltar sus costumbres y actividades locales o regionales. A través de las encuestas, pudimos conocer la aceptación del pueblo de su Televisora, en la medida en que le muestre producciones en las cuales sus habitantes sean los protagonistas. Y éste es uno de los objetivos hacia el cual apunta la Televisora Cultural Boconesa: promover la participación de su comunidad, para contribuir con el progreso social y cultural de la misma, enseñando a los jóvenes a ser útiles a su sociedad.

## ENCUESTA-RESULTADOS

### 1.- Objetivo General:

La razón del estudio "TELE-BOCONO ¿UNA TELEVISION ALTERNATIVA Y/O REGIONAL?", fue la de conocer las posibilidades de las televisoras locales como alternativas comunicacionales.

### 2.- Objetivos Específicos:

- Determinar si Tele-Boconó es una televisora participativa.
  - Determinar el acceso de la población boconesa a Tele-Boconó.
  - Determinar si Tele-Boconó es una televisora regional/alternativa.
- 1.- Determinar el canal de televisión de mayor audiencia en Boconó.
  - 2.- Verificar el canal de televisión de mayor alcance técnico en la región.
  - 3.- Medir la opinión de los boconeses con respecto a la programación de la televisión, en general.
  - 4.- Investigar el tipo de programas que a los boconeses les gustaría ver, dentro de la programación de la televisión.
  - 5.- Verificar la frecuencia con que los habitantes de Boconó ven la televisora local.
  - 6.- Verificar las personas del grupo familiar, por edades, que acostumbran a ver Tele-Boconó.
  - 7.- Verificar el tipo de programación de Tele-Boconó que tiene mayor aceptación dentro del público boconés.
  - 8.- Investigar de manera general, lo que más gusta de Tele-Boconó.
  - 9.- Verificar los programas que a los boconeses les gustaría ver dentro de la programación de la Televisora Cultural Boconesa.
  - 10.- Verificar el tipo de programación que la población boconés no acepta de su Televisora.
  - 11.- Determinar la participación de los habitantes en la elaboración de los programas de Tele-Boconó.
  - 12.- Investigar las actividades específicas en que han participado.
  - 13.- Determinar, en caso contrario, las razones por las cuales no han participado.
  - 14.- Investigar la actividad que le gustaría realizar, en caso de que les dieran la oportunidad.
  - 15.- Verificar el grado en que la Televisora Cultural Boconesa resalta los valores y tradiciones del Estado Trujillo, en consideración de los boconeses.

Las variables utilizadas fueron edad y sexo del entrevistado. Las edades fueron agrupadas en 4: Entre 12-21; entre 22-33; entre 34-49 y 50 y más. Con el fin de verificar y determinar las funciones, validez y operatividad de cada pregunta, se

realizó una muestra previa de 130 entrevistas en la ciudad de Boconó, durante el mes de octubre de 1985. De esta manera, se comprobó que algunas preguntas habían de ser modificadas en su forma, y otras en su estructura e intención, así como la eliminación e inclusión de algunas otras.

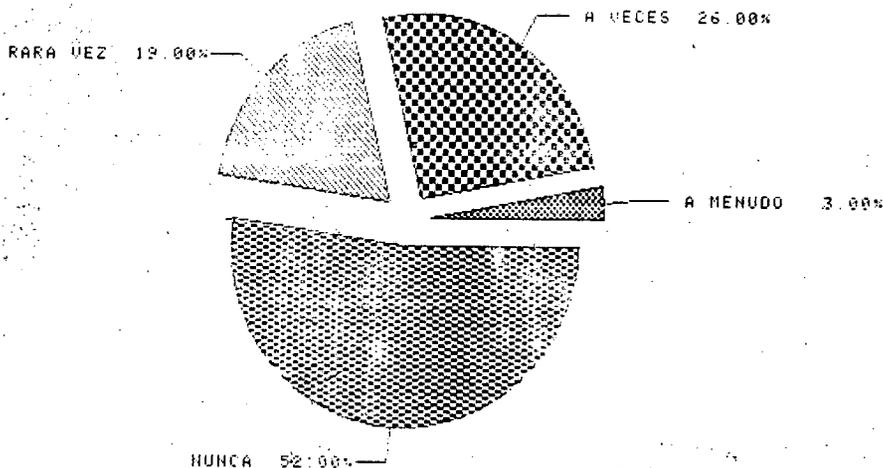
### 3.- TECNICA DE RECOLECCION DE DATOS

La técnica de recolección de datos se fundamentó en la entrevista personal, dentro del hogar del entrevistado.

### 4.- TRABAJO DE CAMPO

El trabajo de campo estuvo a cargo de los tres integrantes del equipo. Los cuestionarios fueron aplicados entre el 25 y el 27 de julio de 1986.

#### ¿VE USTED TELE-BOCONO?



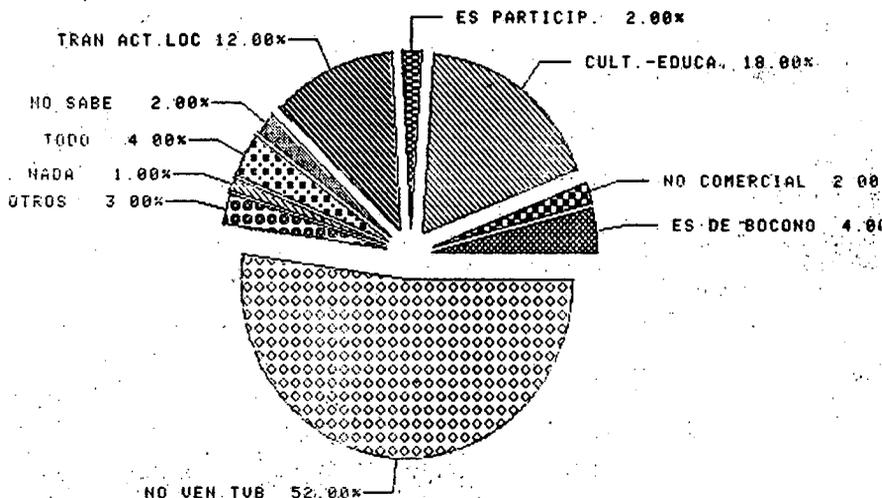
De un total de 295 personas entrevistadas, sólo un 3% ve A MENUDO TELEBOCONO; un 26% la ve sólo A VECEZ. El 19% dijo ver la Televisora RARA VEZ. Y el porcentaje más alto, fue el de las personas que NUNCA la ven, con un 52%.

Con respecto a las edades, observamos que son los de 34-49 años, quienes, en mayor cantidad, NUNCA VEN TELEBOCONO, con un 58%. Los sigue el grupo entre 22-33 años, con un 57%. Los entrevistados de 50 y más, respondieron que NUNCA veían TELEBOCONO, en un porcentaje de 37%. El resto, o sea, el 35%, correspondiente al grupo entre 12-21 años, NUNCA ven TELEBOCONO. Igualmente, éste grupo ve A MENUDO la Televisora sólo en un 4%; un 29% A VECEZ y un 25% RARA VEZ.

En cuanto al grupo de 22-33, no hubo ninguna persona entrevistada que contestara sí A MENUDO veía el canal 3; aquí, sólo un 22% la ve A VECEZ, y un 21% RARA VEZ. Un 11% ve TELEBOCONO A MENUDO, en el grupo de 34-49; asimismo, un 20% la ve A VECEZ, y un 16% de este mismo grupo, NUNCA la ven.

De todo esto, se desprende que TELEBOCONO se ve muy poco, debido, principalmente, a su poco alcance técnico, lo que impide una mejor recepción en toda la ciudad de Boconó. También la afecta su falta de periodicidad, en cuanto al horario, así como su irregularidad en su programación.

## ¿QUE ES LO QUE MAS LE GUSTA DE TELE-BOCONO?



El 18% del total de las 295 personas entrevistadas, contestó que la programación de corte CULTURAL-EDUCATIVA es la que más le gusta de TELEBOCONO. Los ACTOS DE TRANSMISION LOCAL abarcaron un 12%, sobre la misma base total. Un 2% le gusta que la Televisora no sea comercial. El hecho de que la Televisora Cultural PERTENEZCA A BOCONO, despertó un 4% de simpatía. Un 2% le complace que sea PARTICIPATIVA, mientras que otro 2% NO SABE que es lo que MAS LE GUSTA.

Al 1% no le gusta NADA, pero, a un 4% le gusta TODO.

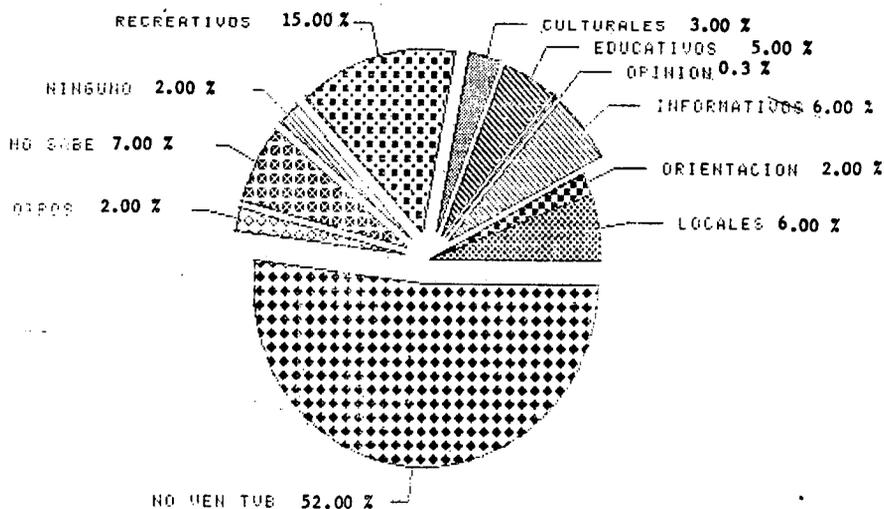
El 3% prefirió OTROS, correspondientes a programas documentales, deportivos. El resto, o sea, el 52%; NO VE TELEBOCONO.

Los 4 grupos de edades, coincidieron en que lo que más le gusta, son las transmisiones de los ACTOS LOCALES: el grupo entre 12-21, contestó esto en un 10% al igual que el de 22-33. Mientras que, los 2 grupos restantes, el de 34-49 y el de 50 y más, respondieron igual (15% cada uno).

De aquí, podemos concluir que los boconeses ven a la Televisora, en la medida en que transmite eventos que identifican a su población.

## ¿QUE LE GUSTARIA VER EN LA PROGRAMACION DE TELE-BOCONO?

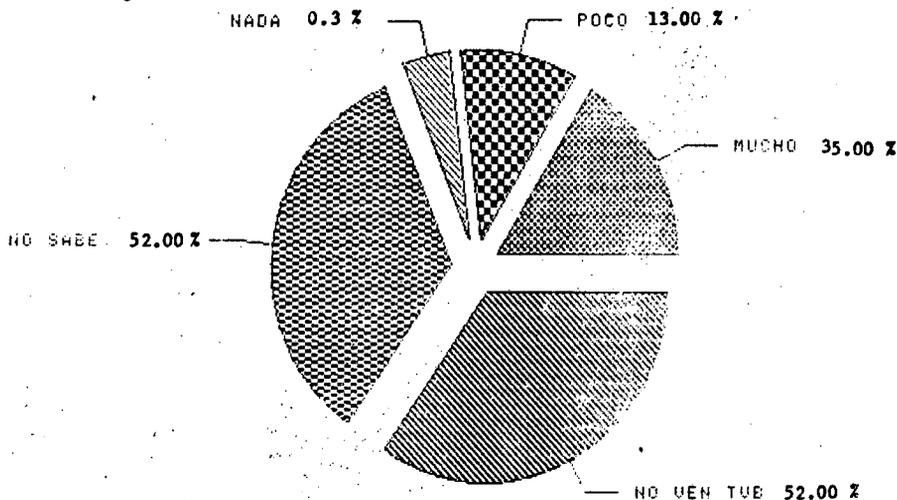
Según las respuestas, TELEBOCONO se ocupa poco de los programas de corte RECREATIVO, pues un total de 15% le gustaría ver este tipo de programación. A pesar de que la Televisora no transmite PROGRAMAS DE OPINION y/o INFORMATIVOS, sólo con 11% entre hombres y mujeres de 12 a 21 años de edad, prefieren no verlos. Vemos que los boconeses están acostumbrados a la programación de los canales de corte comercial, concursos, novelas, etc, ya que, también, un 28% del total de los 4 grupos de edad, NO SABE lo que le gustaría ver.



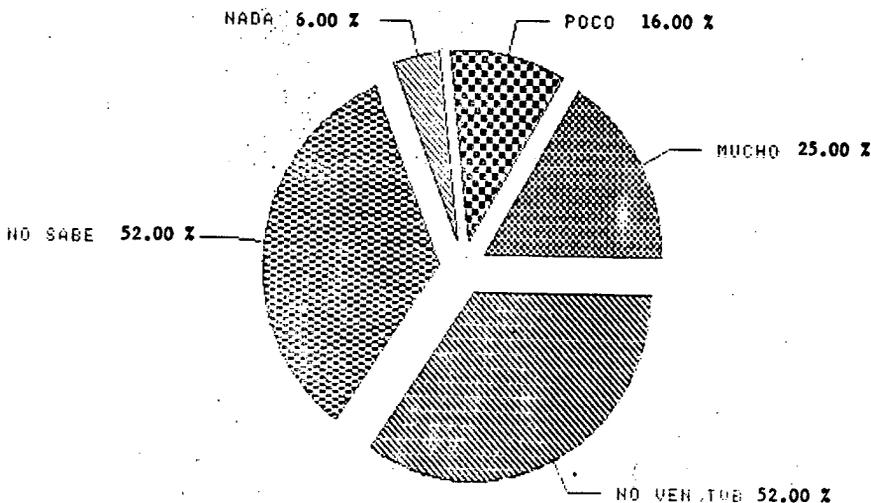
## TELE-BOCONO RESALTA LOS VALORES DEL ESTADO TRUJILLO?

Una de las premisas de TELEBOCONO es, resaltar los valores y costumbres del Estado Trujillo y, en ese aspecto, la mayor parte de los boconeses está de acuerdo. El 35% de los entrevistados, dijo que TELEBOCONO resalta MUCHO los valores y tradiciones de su tierra. Con una proporción casi igual, los hombres y las mujeres respondieron esta opción en un 34% y un 35%, respectivamente. De igual manera, mayores de 50 años contestaron: lo mismo en un 41% y, los menores de 33, en un 46%.

Se puede deducir, así, lo significativo que puede ser una Televisora local, para todos los habitantes de la región.



## ¿TELE-BOCONO CUBRE LAS NECESIDADES SOCIALES Y CULTURALES?



A diferencia del cuadro anterior, los porcentajes disminuyeron en la primera alternativa: sólo el 25%, sin contar los que NO VEN TELEBOCONO, contestó que ésta cubre MUCHO las necesidades de ayuda a la comunidad, colaboración en la solución de los problemas de servicios públicos, etc. La mayoría de quienes contestaron MUCHO, están comprendidos entre 12-21 años (29%). El 16% afirmó que es POCO lo que TELEBOCONO hace por la colectividad; y el 6% dijo que NADA. Hay que tomar en cuenta que la Televisora es de corte cultural, y que no cuenta con financiamiento publicitario.

### LIMITACIONES

- 1.- El trabajo de los participantes es esencialmente técnico; no hay instrucción calificada, dirigida al buen manejo de los equipos.
- 2.- No hay preparación profesional de los jóvenes, sobre producción para televisión, ni asesoramiento de educadores, sociólogos o periodistas.
- 3.- Los pocos programas realizados por la Televisora reproducen, en su mayoría, las características de la producción nacional. Un ejemplo de esto serían los programas de variedades, los infantiles, partiendo de los medios tradicionales.
- 4.- La mayor parte de su programación está compuesta por programas enlatados de diversa índole, generalmente de corte cultural y educativo.
- 5.- No hay organización en la producción

local. Los programas son de irregular transmisión.

- 6.- Los jóvenes no siempre participan en las distintas etapas de producción; algunos desempeñan una sola tarea durante toda su permanencia en el canal.
- 7.- Su señal no cubre a todo el pueblo y la recepción es deficiente.
- 8.- No propicia la integración de la comunidad en la producción. Los grupos sociales no forman parte del equipo de producción de TELEPOCOMO.

### POSIBILIDADES

- 1.- Hay acceso a las instalaciones de la Televisora, específicamente, jóvenes y niños, quienes, con asesoramiento, pueden mostrar sus capacidades de producción. Este hecho desmitifica al medio televisivo.
- 2.- Las pocas producciones locales, aunque

irregulares, en cuanto a periodicidad, a horario y a nivel técnico, son intentos por resaltar los valores de la región y enviar mensajes concientizadores.

- 3.- Exaltar la cultura de la región y mantener la identidad de sus habitantes. TELE-BOCOMO se preocupa por transmitir todo acto local que tenga que ver con las costumbres y manifestaciones culturales

y/o religiosos del pueblo, sean de Boco-nó o del Estado Trujillo.

- 4.- Posibilidad de que exista una televisora local con pocos recursos económicos, ya que subsiste gracias al aporte de su Director y las instituciones del Estado.
- 5.- No es comercial, por lo que no está sometida a los requerimientos de los anunciantes.

# LIBRERIA A.C.U



## Pasillos UCV

---

# UNA EXPERIENCIA EXPERIMENTAL DE TV: SET

---

La mayor capacidad creadora está en el pueblo. Este siempre ha tenido que buscar mil formas para subsistir, ha tenido que recurrir a todo este ingenio innato del hombre, que bajo la presión de cumplir las necesidades básicas, lo ha llevado a desarrollar, en un alto grado. Esto se produce con mayor énfasis en los más necesitados, en los pobres, que día a día buscan el sustento para su grupo familiar. El pueblo, a lo largo de la historia ha debido "ingeniárselas" para poder subsistir, el pueblo es ingeniero, es médico, sin títulos, es en definitiva todo lo que la humanidad ha creado y desarrollado. Es por esto que tenemos una total seguridad de que si al pueblo se le entregan las herramientas mínimas de la comunicación éste sabrá sacarle un gran provecho, sabrá utilizar esos medios en forma decidida y de gran utilidad para su propio desarrollo. Ahí radica nuestro optimismo y razón de ser.

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, un video al alcance de las comunidades populares.

SET no ha nacido bajo el diseño de un análisis profundo o bajo una teoría compleja de la cual el mundo está lleno y que nunca llegan a concretizarse.

SET ha nacido bajo la inquietud y necesidad imperiosa de que de una vez por todas, crear y desarrollar un video alternativo, un video popular. Tenemos un gran objetivo, servir de enlace entre los medios y la comunidad. La misma comunidad va determinando, el cuándo, el cómo y el por qué del video, ellos con su capacidad creadora y con la misma práctica, van desarrollando su propia teoría del video alternativo o video popular, SET está interesado en producir y en buscar nuevas alternativas, nuevas formas, pero éstas solamente se darán con la participación concreta de las comunidades populares.

SET nace también ante la necesidad imperiosa de contrarrestar de alguna forma el manejo y la manipulación de los medios de comunicación en general. Creemos que tenemos una gran tarea en ayudar en la formación de los organismos y movimientos populares que todos los días están surgiendo y que requieren de un apoyo para su gestación, autoeducación, organización y desarrollo. Creemos que podemos colaborar en la formación de un hombre y de una mujer nueva. Creemos que SET como vehículo de comunicación debería participar en un diálogo de autocrítica y pueblo crítica para que tome en cuenta siempre la formación de un hombre nuevo solidario y profundamente participativo.

## • ALGUNAS CARACTERISTICAS

En primer lugar, decir que no contamos con ningún equipo de los denominados "profesionales, pero esto no nos imposibilita, nos limita en nuestras producciones, todo nuestro sistema es

en BETA (media pulgada), es el sistema de producción de muy bajos costos y con equipos que están con bastante facilidad al alcance nuestro. Nuestro Estudio de Televisión, Sala de Edítage, Sala de Audio, Sala de Reunión, Sistema de Archivo, etc., es un antiguo garage in the ciudad de Barinas. Contamos con equipos portátiles que funcionan en la calle y en el estudio.

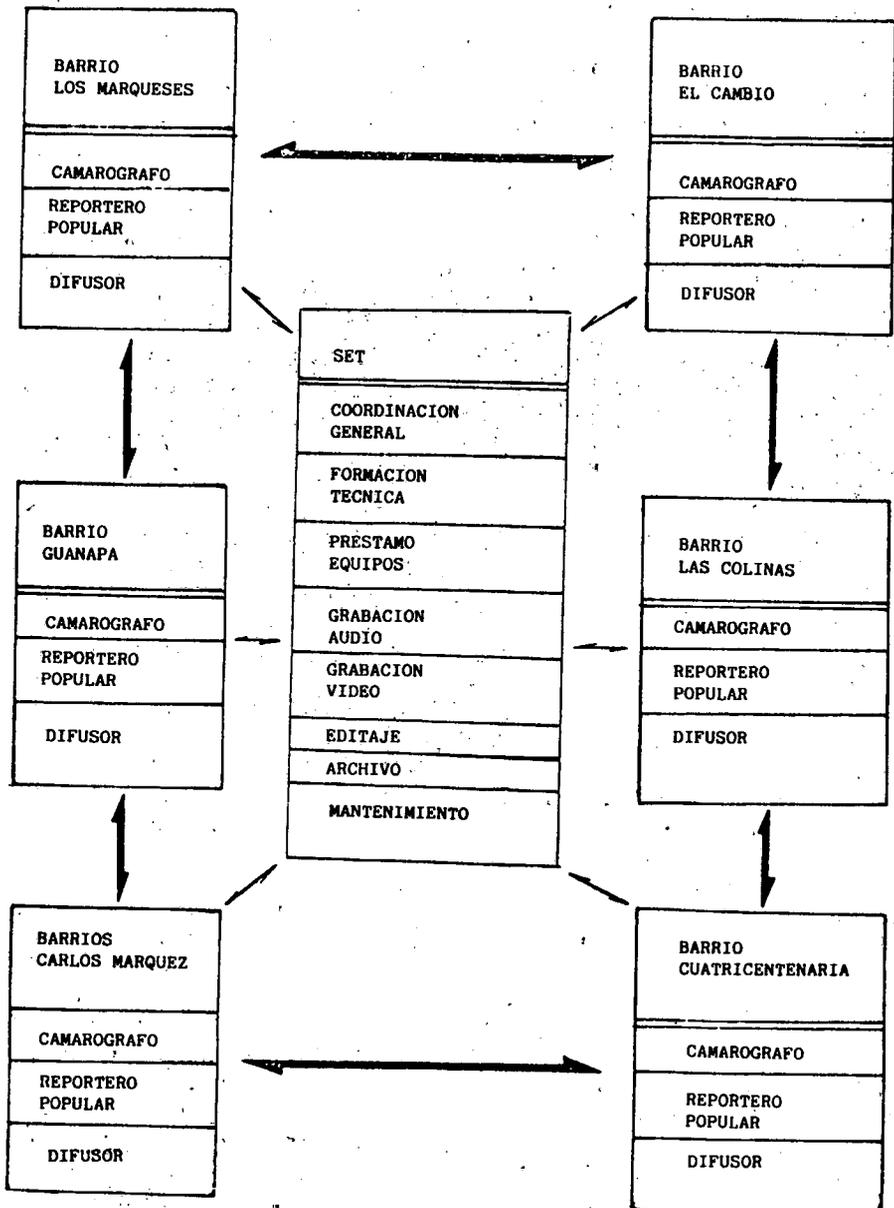
Otra de las características que creemos importante es la incorporación de la comunidad en la producción de nuestros videos. La receptividad ha sido excelente. En el principio teníamos algunos temores que fueron infundados. Hasta la fecha no se ha captado ningún caso de cohibición, rechazo o deserción. Si analizamos el por qué esta actitud, podemos decir que el pueblo no nos ve como elementos ajenos a la comunidad, nos hacen sentir parte de ellos, trabajamos solamente donde estamos trabajando en la base. La gente ya está acostumbrada a ver una cámara porque conoce el destino y el resultado de lo que nosotros hacemos. Ya la comunidad participa activamente en la producción de los programas cumpliendo tareas como la de la selección del material a editar, locución, cantos entrevistadores, libretistas, actores o determinado ellos mismos los temas a tratar en el video. En pocas palabras, el mismo pueblo es el productor y consumidor.

Quisieramos compartir con ustedes algunos testimonios de la gente de los barrios de Barinas: Un poblador, después de verse en la televisión, dijo: "Si no hablo tan mal, entonces ¿Por qué no participo más en las reuniones?" Otro testimonio es referente a la MEMORIA COLECTIVA, una pobladora dijo: "Es bonito esto porque uno queda grabado para siempre y nuestros hijos nos podrán ver en el futuro y sabrán cuanto nos costó todo esto."

Otro testimonio es referente al concepto que tiene de la televisión. La gente está acostumbrada a ver a la gente importante solamente por televisión, es decir, al presidente de la república, políticos, artistas, científicos, etc. en una reunión de análisis de la importancia del video en la comunidad, esta pobladora dijo: "Si nuestro trabajo llama la atención y atrae a gente a realizar programas de televisión sobre nosotros, eso quiere decir que si somos importantes, que lo nuestro tiene valor."

Creemos que nuestro trabajo debe estar diseñado y dirigido a un medio ambiente social y humano concreto, un medio local, a la base directamente porque es allí donde se encuentra la gente de carne y hueso, con sus inquietudes y virtudes, es allí donde se desarrollan los liderazgos y donde se realizan la mayoría de las actividades de las organizaciones y movimientos populares. Esto nos permite partir de lo real, fomentar la participación directa de la comunidad, y esto nos lleva a desarrollar una verdadera opción liberadora.

Uno de nuestros primeros trabajos ha sido ayudar a recuperar la memoria colectiva que hasta ahora permanece arrinconada y disgregada por el sistema dominante. Creemos que es buen punto de partida de las comunidades populares para su autoreconocimiento. Y esto nos va a favorecer en la creación de identidades que contribuyan a contrarrestar las formas ideológicas de dominación. Como decíamos en el comienzo, la práctica nos va a ir dando el camino a seguir, luego de las primeras evaluaciones de nuestro trabajo ha salido la inquietud y luego el proyecto de realizar un noticiero popular que lo hemos llamado "LOS BARRIOS TAMBIEN HACEN NOTICIAS". Este proyecto nace bajo la inquietud de los miembros de las comunidades cuando les hemos mostrado programas producidos en otras comunidades. Ellos plantearon la necesidad de compartir las experiencias y vivencias entre las mismas comunidades, y este es el objetivo principal del noticiero **COMPARTIR EXPERIENCIAS**, éste proyecto lo comenzaremos a realizar en el año de 1986 y consideramos que es un gran reto para nosotros pero también nos va a ayudar a seguir buscando nuevos caminos y nuevas alternativas en la comunicación.



## PROYECTO

### LOS BARRIOS TAMBIEN HACEN NOTICIA

#### OBJETIVOS:

Comienzo definitivo de que los propios receptores manejen los medios, o parte de ellos, que sirva de vehículo para el intercambio de experiencias entre los mismos barrios y como elemento motivador para la incorporación de nuevos miembros de la comunidad al trabajo en los organismos de base.

#### ORGANIZACION:

Se comenzará a trabajar con 6 barrios al principio y en cada uno de estos habrá un reportero popular, un camarógrafo y un difusor.

**REPORTERO POPULAR** es el encargado de informarse de las actividades que se van a desarrollar en su comunidad para luego con el coordinador general del noticiero hacer la pauta de grabaciones, es el encargado de entrevistar y redactar las noticias que serán leídas por los locutores del noticiero.

**CAMAROGRAFO** es el encargado y responsable de todo el equipo de grabación, él trabajará íntimamente ligado al reportero popular, además colaborará en la etapa de editaje.

**DIFUSOR** es el responsable de la unidad de reproducción y de pasar el noticiero en un barrio, además cumplirá la labor de moderador del pequeño foro o intercambio de ideas que se generará al final del noticiero.

En total habrá 6 equipos de producción y un centro de post producción que en este caso sería "SET" que además es el coordinador general del noticiero, los equipos de grabación siempre estarán en el local del "SET" y serán retirados por el camarógrafo solamente cuando lo necesite e inmediatamente desocupado lo retornan al local, existirá un calendario de responsabilidad en cuanto a mantenimiento y reparaciones menores de los equipos.

#### FUNCION DEL "SET"

Nuestro primer trabajo es el diseño y coordinación de la puesta en marcha de este noticiero, junto con esto es importante realizar algunos talleres y cursos al personal que va a tener las responsabilidades de sacar adelante este proyecto, es necesario preparar en la mejor forma posible a los miembros de los equipos de producción para que su trabajo sea de mejor calidad y mayor efectividad.

"SET" pondrá al alcance de los grupos populares los equipos necesarios para el logro de este noticiero, cumpliendo algunas normas pre-establecidas que tienden fundamentalmente al cuidado de los equipos. Además pone al servicio de estos el pequeño estudio de video y audio donde se grabará el noticiero. El pequeño pero efectivo sistema de computación que tiene SET estará al servicio fundamentalmente para la organización del archivo.

#### DIFUSION

El noticiero "Los Barrios también hacen noticia" está diseñado para ser difundido con pequeñas unidades reproductoras que circularían por los barrios que estarían incorporados a este circuito, este trabajo lo realizaría fundamentalmente el difusor sin descartar la posibilidad en

que en algunas oportunidades cuente con la ayuda de otras personas, ej. especialistas en una materia específica, miembro de otro barrio etc. Estos colaborarían especialmente en el foro. Creemos que este noticiero también puede ser pasado por los canales regionales, veremos la factibilidad de esto y los iremos ofreciendo en la medida que podamos cumplir las entregas con responsabilidad y constancia.

# PERFILES

# Internacionales

**CENTRO DE INVESTIGACIONES  
LATINOAMERICANO DE  
ASUNTOS INTERNACIONALES  
DE LA UCV**

**DIRECCION:**

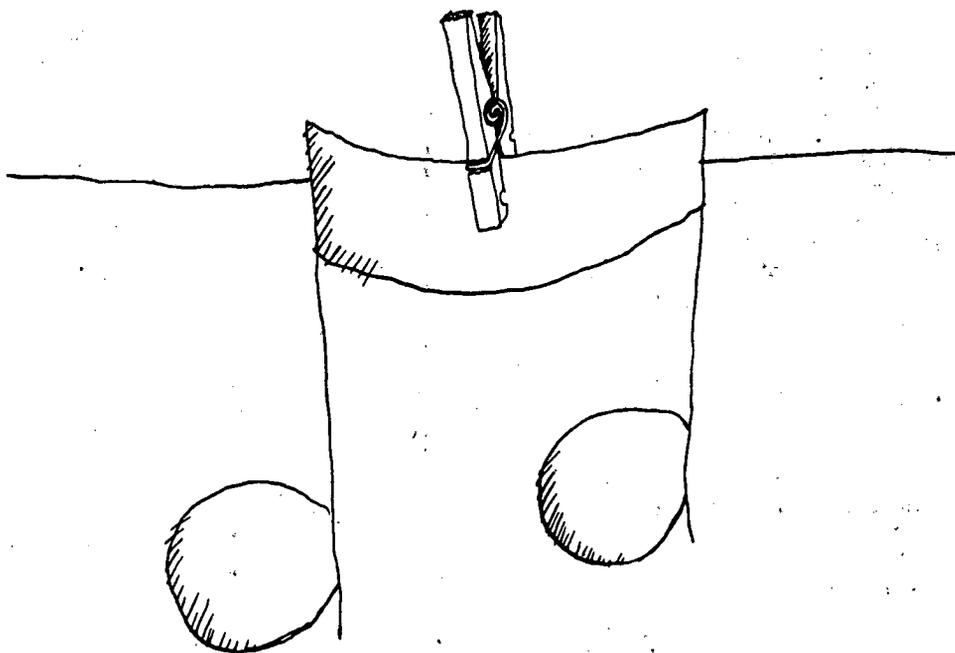
**Instituto de Investigaciones de la Facultad  
de Ciencias Económicas y Sociales de la  
UCV - Residencia 1-A- Piso 3 - Ofc. 429  
Teléfono: 442.92.54**

---

# EL PERIODICO VECINAL COMO ENTRADA A LA COMUNICACION POPULAR

---

CRISTOBAL ALVA R.



Progresivamente se viene dando una mayor comprensión del papel, que pueden jugar los periódicos vecinales en sus respectivas comunidades. Esto es el resultado de una valoración más adecuada de las limitaciones prácticas del periódico como instrumento. Otro factor determinante viene a ser el análisis crítico de los mensajes, metodologías y acciones desarrolladas por comunicadores populares, como promotores de estas experiencias.

## I. ¿QUE ES LA PRENSA VECINAL?

Cuando intentamos una definición de lo que llamamos prensa vecinal nos enfrentamos a una diversidad de experiencias, que se llevan a cabo en urbanizaciones, barrios y parroquias;

inclusive en algunas comunidades rurales del país: tenemos a la mano algunos ejemplares de Ojo pelao, publicación que se produjo durante un tiempo en San Rafael de Mucuchíes, en pleno páramo de Mérida. Otro de El Chisme de los vecinos de Galipán, editado en el Parque Nacional El Avila (Guaraira Repano).

Se trata de publicaciones promovidas por grupos juveniles, culturales, vecinales, de una determinada localidad. Esto es, una comunidad de intereses basada en la unidad geográfica. Cuentan con diversas formas de distribución tales como ventas en semáforos, y en lugares de concentración de personas en la comunidad. Algunos pueden ser colocados en quioscos u otros establecimientos.

Tienen sus propias vías de financiamiento: además de la venta, utilizan la publicidad de comerciantes del sector y en algunos casos de empresas privadas o estatales, sin que ello signifique necesariamente una mediatización.

Son publicaciones impresas en off-set o multígrafo. Todo depende de la disponibilidad de recursos, la urgencia de la información en el caso de conflictos, la formación técnica del equipo y el alcance o radio de acción que se desea tenga la publicación.

Dentro de las publicaciones impresas en off-set, podemos mencionar Alternativa (el periódico de El Cafetal), La Vega Dice, La Voz de la Pastora, El Lector (de El de Caricua), El Parásito Feliz (Prados del Este), El Hatillano, El Vigía (Chacao), de El Naranjal, El Guarataro Preguntón, etc. Sus ediciones superan los tres mil ejemplares, en ejemplares, en la mayoría de los casos. El formato más empleado es un octavo (1/8) de pliego. Se involucran de alguna manera en la dinámica que ejercen las diversas organizaciones en sus comunidades.

Los periódicos impresos en multígrafo que hemos conocido, por lo general tienen un período de vida corto, atribuible en algunos casos a que surgen durante el desarrollo de un conflicto en la comunidad, cumplen su papel y desaparecen. Otras pese a su irregularidad se mantienen o dan lugar a otras nuevas, esto se explica cuando la organización que lo promueve mantiene la continuidad en el trabajo local.

También se encuentran experiencias que logran avanzar bastante en el proceso de elaboración de los mensajes. Es decir en la parte de investigación en la comunidad, lenguaje y presentación gráfica. Así fue el caso de Alerta Pueblo publicado en los barrios Pueblo Nuevo y Simón Bolívar de Mérida. Y El Andino, promovido por educadores populares del Estado Táchira.

El desaparecido Centro de Formación Popular de Guayana desarrolló en 1980, un interesante trabajo de apoyo a publicaciones vecinales, en barrios obreros de Ciudad Guayana: El periódico de el barrio (Urbanización Vista al Sol); El Popular (Urb. Orinoco); El Vecino (UD-104) y El Colinero (Colinas de Unare). Ellos habilitaron inclusive dos multígrafos, lo cual hacía posible la impresión a dos colores.

## II. POR QUÉ SE HAN DESARROLLADO Y SURGIDO TANTAS PUBLICACIONES VECINALES

En primer lugar ha sucedido que los grandes medios se olvidaron de los sectores populares y se han venido cerrando cada vez más las posibilidades expresivas de la población a través de ellos. Es una consecuencia de las formas de propiedad monopólicas y oligopólicas de los medios de difusión masiva. La enorme inversión de capitales en los sectores de la información (radio, televisión, prensa, cine, discos, videos,...). Los estrechos nexos entre la dirigencia política nacional y los dueños de los medios. Pero sobre todo se debe a una clara concepción del poder de la información y la necesidad de imponer formas de falsa conciencia y alienación, para ejercer un mayor control sobre la población; más por la persuasión que por la represión directa de la disidencia, cosa que tampoco falta. Así se edifica un sistema de privilegios.

Pero esta realidad no siempre fue tan cruda. Evaristo Ramírez, pionero del periodismo venezolano atribuye el éxito de los primeros años del diario *Últimas Noticias*, al empleo de encuestas populares: "Un pelotón de reporteros y fotógrafos invadía las gradas del estadio donde se efectuaba un juego de beisbol e interrogaba a cientos de personas sobre un tema determinado. Lo mismo en el boxeo o en las colas de los terminales autobuseros" (1).

Estas puertas han sido cerradas. A partir de 1973, y concretamente desde 1976, se pensó que con el desarrollo de las llamadas políticas nacionales de comunicación, el Estado iba a poder velar para que los medios ejercieran su labor con un mayor sentido de responsabilidad social, y garantizar el derecho constitucional a la libre expresión. La reacción de los dueños de los medios no se hizo esperar. La discusión de las propuestas presentadas en el Proyecto *Rátel* fueron engavetadas.

Pero poco a poco se han venido desarrollando nuevas formas de organización en nuestro país. Me refiero al movimiento vecinal, cooperativista, ecologista, grupos culturales y cristianos de base, que tienen una mayor presencia dentro de la dinámica social. Cada cual con las limitaciones propias de las problemáticas que enfrentan, han ido asumiendo la necesidad de contar con medios propios, en principio para la difusión de sus actividades e inquietudes.

Un rasgo resaltante de estas organizaciones es que se han planteado también la necesidad de construir formas organizativas distintas a los tradicionales esquemas heredados de los partidos. Se busca una mejor participación y democracia interna. Esto ha favorecido el encuentro entre las diversas experiencias de comunicación.

### III. ALGUNOS ESPACIOS DE INTERCAMBIO

En 1980 *La Voz de Caricuaoy* y el Movimiento de Integración de La Comunidad (MIC) de El Cafetal, promovimos la creación del Movimiento de Vecinos, que llegó a contar con la participación de colectivos de Guayana, Nueva Esparta y Caracas. Posteriormente con la creación de la Escuela de Vecinos (1981) y de la Asociación Venezolana de Prensa Vecinal (1983), se le ha querido dar continuidad al intercambio iniciado.

Entre los años 1983-84 *La Voz de Caricuaoy* organizó varios eventos, conjuntamente con estudiantes del Seminario Comunicación Alternativa de la Escuela de Comunicación Social de la UCV. En todos quedó la certeza de que compartimos una misma problemática y el deseo de democratizar el sistema de información/comunicación del país. Fue planteada la inquietud por una mayor integración entre los trabajadores, estudiantes y centros de formación de profesionales de la comunicación social y las experiencias de comunicación social.

Otros espacios han sido creados por el Centro al Servicio de la Acción Popular (CESAP), por intermedio de cursos que, en 1981, dieron paso al Primer Proyecto de Formación de Facilitadores de Periódico Popular. Se contó con la participación de grupos de Mérida, Táchira, Trujillo, Bolívar, Lara y Caracas. Sucesivos encuentros de medios impresos y audiovisuales, y talleres de lectura crítica de medios masivos, han arrojado importantes resultados.

En ellos hemos discutido sobre la necesidad que tenemos desde el movimiento popular de comprender el papel de los medios de difusión como generadores de pautas de conducta. Entendemos también la necesidad de hacer una lectura crítica de nuestros propios mensajes como comunicadores para lograr una mayor coherencia en nuestras acciones. Estas son algunas de las razones por las que siento que el periódico vecinal ha sido para muchos, la entrada a un campo más amplio: la comunicación popular.

### IV. EL PERIODICO COMO INSTRUMENTO

Una publicación local puede ejercer una labor muy importante dentro de procesos organizativos y educativos de una comunidad, pero conviene tener claras las limitaciones del

periódico como instrumento. Insisto en llamarlo así, porque siento que se descubre su verdadera utilidad cuando se supera la concepción de la comunicación como estímulo de un emisor a un receptor pasivo.

Un equipo promotor que, básicamente persigue la expresión de sus miembros, agrade con sus "verdades" y las impone a la comunidad, fracasa. Esto sucede cuando no se desarrolla el proceso de investigación y no se cuenta con recursos que permitan captar el pulso de la vecindad. Incluimos dentro de estos recursos, nuestra propia capacidad de observación y la sensibilidad estimulada por ser habitantes de la zona y conocedores de sus problemáticas.

Un periódico vecinal está en capacidad de favorecer las posibilidades de expresión de diversos sectores de la comunidad. Puede investigar situaciones, recoger elementos presentes en el medio. Al problematizarlos y devolverlos se puede lograr una identificación mayor de los lectores con las vivencias reflejadas; se puede ofrecer una variedad de puntos de vista sobre asuntos humanos verdaderamente trascendentes. Con el auxilio de foros puede ampliarse la reflexión y discusión.

La toma de conciencia sobre las realidades que nos afectan, es sólo posible a través de un proceso personal, que no puede ser inducido por individuos preclaros, poseedores de la "verdad".

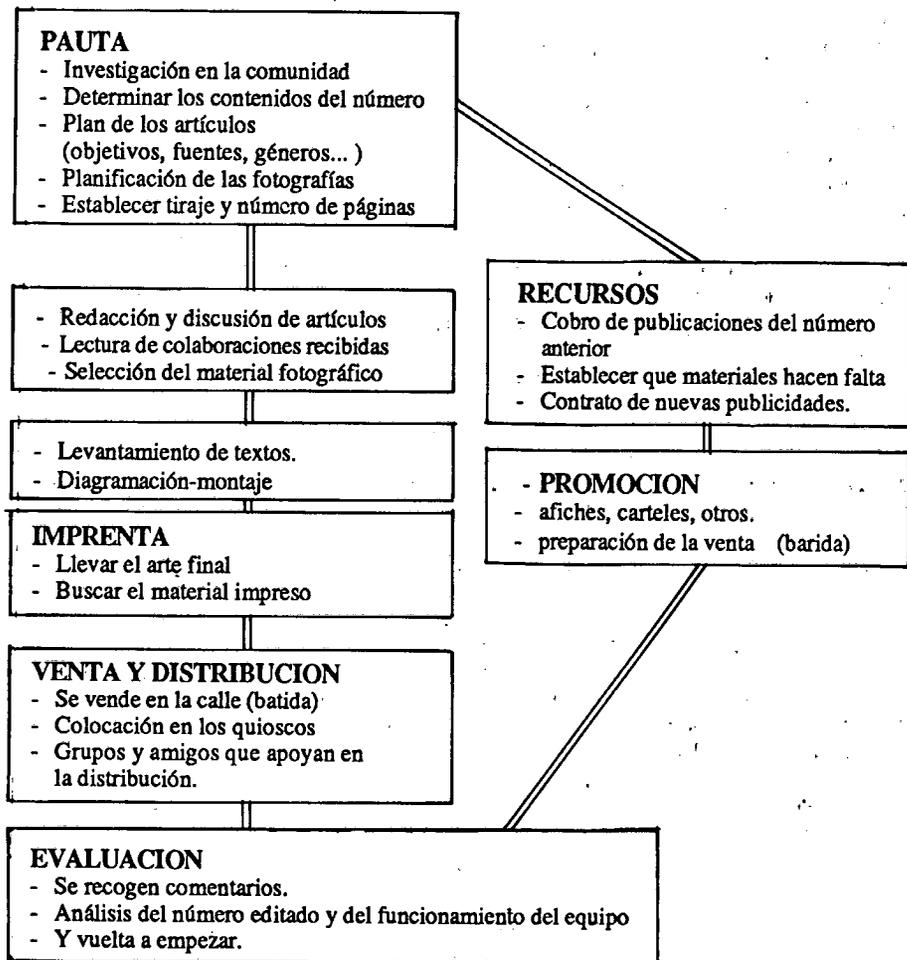
Un periódico puede apoyar el trabajo de diversas organizaciones de la comunidad difundiendo sus actividades, analizando las problemáticas que enfrentan y anunciando sus logros. A veces alcanza a sensibilizar a personas que no participan directamente de alguna actividad organizativa, pero no puede crear organización por obra y gracia de la difusión de sus mensajes. Necesita ofrecer canales concretos de participación.

Cuando el equipo promotor tiene definidas sus estrategias puede desarrollar un gran potencial, que consiste (sin olvidar el aspecto organizativo que le da sentido y fecundidad a cada logro) en la revaloración de los actos cotidianos de la gente, como fuente permanente generadora de conocimiento.

Podemos descubrir en cada trabajo, estudiante, ama de casa, una riqueza de experiencias que normalmente pasan desapercibidas. Todo consiste en explorar las posibilidades que los grandes medios no han tomado en cuenta. Y es que no responden a sus criterios de valoración, donde lo importante es el político de turno en la polémica, el escritor consagrado o el artista farandulero. Abrámosle un espacio en nuestro periódico a una receta de cocina, que rescata tradiciones dejadas de lado por la comida de preparación instantánea. Incluyamos la poesía de los jóvenes del sector, que se inician sin ínfulas en las letras. Entrevistemos al vendedor de tostones. Escribamos la historia -no tan imaginaria- del chichero que soñó que era director de una central nuclear en Venezuela.



## V. FLUJOGRAMA DE FUNCIONAMIENTO DE UN PERIODICO VECINAL



Tomado de Alternativa, el periódico de El Cafetal, (Caracas). Planificación agosto-septiembre. Elaboración colectiva.

## VI. IER. ENCUENTRO REGIONAL DE MEDIOS IMPRESOS DE COMUNICACION POPULAR EN EL ESTADO LARA

En julio del año pasado se realizó en Barquisimeto, capital de Lara, un encuentro que contó con la participación de representantes de publicaciones populares de la región. Estuvieron presentes miembros del periódico Notas, CALEBoletín Compañera (Movimiento cristiano: CALEB), Mujeres en Lucha (Círculos Femeninos Populares), El Topo Obrero, La Pavia, Boletín del Movimiento Vecinal de Lara, (CESAP-Lara), La Voz de la

**Salud, Expresión Estudiantil (Escuela Técnica Industrial), Sendero (IUPB), Viejo Juan, Unidad Vecinal (Asovecinos de La Piedad), Cooperativa Claret y Colectivo de Formación Popular.**

Allí se hizo por primera vez un diagnóstico de las publicaciones populares en el Estado y se reflexionó sobre la manera de hacerlas más eficaces.

Se habló sobre el aislamiento entre los equipos y la poca regularidad de las publicaciones. Lo atribuyen a la falta de solidez de los grupos y a que, durante mucho tiempo, se subestimó la importancia de la comunicación en la organización. Se dijo que los equipos no evalúan adecuadamente sus publicaciones, faltan recursos materiales y también mecanismos, para que la gente asuma y participe en los periódicos.

Muchas publicaciones no estuvieron presentes, pero se destacó que, entre los asistentes, la suma de sus respectivos tirajes (cantidad de ejemplares) alcanza los seis mil números.

Ya no son los partidos políticos sino las organizaciones populares las que editan publicaciones, a diferencia de años anteriores. Antes se imprimía más en multígrafo y hasta en batea. Ahora hay un mayor uso del off-set y empleo del color. Los equipos cuentan con periféricas, gente que ayuda en la distribución y recolección de informaciones, aunque de manera incipiente. Consideran que los avances se deben a un mejor conocimiento de la realidad de las comunidades. Existe sobre todo un entusiasmo para mantener las publicaciones.

Se discutió sobre aspectos relacionados con el lenguaje y estilo; el problema de la manipulación y la ideología; la desmistificación del medio para que la gente participe; cómo seleccionar los elementos de las culturas populares que favorecen procesos educativos transformadores.

Algunos comentarios: "Las publicaciones deben ser más para las comunidades que para nosotros mismos", "reducimos nuestra visión a lo organizativo", "nos quedamos en la denuncia sin proponer", "necesitamos incrementar nuestra formación y preocuparnos por investigar", "podemos ayudar a reconstruir la historia de nuestro pueblo", etc.

En el encuentro se acordó promover un mayor intercambio entre los grupos a través de actividades formativas. Incentivar la formación periódica en aspectos como ortografía, redacción, fotografía, formas de impresión, investigación, análisis crítico de mensajes. Se quiere cultivar la relación con profesionales de la comunicación. El Topo Obrero ofreció posibilidades de impresión en sus instalaciones. Se comenzó a constituir una cooperativa para conseguir materiales a más bajo costo. Se dijo que en 1986 se realizaría un próximo encuentro. Y quedaron otras inquietudes rondando: ¿Será posible una publicación regional?



**NOTAS:**

- (1) Ramírez, Luis Evaristo: *Entre el riesgo y la tentación (Memorias de un periodista)*. Editorial Centauro. Caracas-Venezuela. 1983.

---

# DOCUMENTOS

## LIBERTAD DE EXPRESION: UN MUNDO DE MEDIAS VERDADES

---

FRANCISCO TREMONTI

El impasse surgido en los medios de comunicación sobre el tema de la existencia de Libertad de Expresión en Venezuela comenzó el 15 de septiembre pasado, en el marco de la XLII reunión anual de la SIP, Vancouver B.C., Canadá, cuando el Dr. Miguel E. Otero Castillo, diputado de la república y Vicepresidente Regional de la SIP para América Latina, leyó su informe sobre la situación de Venezuela.

No se trata, comenta el Dr. Otero, de discutir la existencia de Libertad de Expresión en Venezuela, hecho que no es para nadie un secreto, sino de señalar aquel tipo de acciones que pongan en peligro o limiten dicha libertad. Interpretando la situación general del país, señala: "En los últimos años, la labor periodística ha sido obstaculizada por decisiones del Poder Judicial y medidas gubernamentales que evidencian una marcada actitud intolerante del actual gobierno, frente a cualquier planteamiento divergente en casi todos los escenarios de la vida nacional. Tales actitudes y decisiones ponen en peligro el ejercicio de la libre expresión".

A continuación, el informe del Dr. Miguel E. Otero señala una serie de violaciones al derecho de Libertad de Expresión, ocurridas en Venezuela durante los últimos dos años. Anotaremos las denuncias más connotadas.

- **Octubre 1984:** Alegando la emisión de conceptos contrarios al "orden democrático e institucional del país", el ministerio de Transporte y Comunicaciones suspendió de manera indefinida el programa de opinión de la Cámara Venezolana de la Industria de la Radiodifusión, que se transmitía todos los mediodías en cadena. Se puso en práctica, además, un antiguo re-

glamento que limita la potestad de transmisión en cadena solamente al Estado.

- **Febrero 1985:** El periodista Luis Marcano Barrios, editor del Diario La Región, Cumaná, fue arrestado por orden del Gobernador del Estado Sucre, acusado de haber ofendido a éste en un programa radial y señalado de haber faltado a la moral y a las buenas costumbres. El origen de esta campaña de hostigamiento radica en la crítica reiterada de este medio de comunicación sobre la decisión del Gobernador de suspender los carnavales de Cumaná.
- **Mayo 1985:** Se denuncia ante la comisión de medios de la Cámara de Diputados la presión que ejerce Corpindustria, a través de la Oficina de Publicaciones de la Provincia, con el suministro de papel. La denuncia es respaldada por diecisiete editores de diarios regionales.
- **Julio 1985:** La Corte Suprema de Justicia ordena juicio "por vilipendio" contra el periodista Rubén Chaparro Rojas.
- **Enero 1986:** El Gobierno anuncia un proyecto para instalar una fábrica de papel para periódico. El Bloque de Prensa propone que la empresa privada tenga mayoría accionaria, como una forma de garantizar la objetividad en el suministro de esta materia prima. El Gobierno rechazó esta propuesta, alegando que es posible que el sector privado no esté en capacidad de llevarlo a cabo.
- **Febrero 1986:** El Gobierno anuncia que la salida al aire de la Televisora Regional Niños Cantores del Zulia estará

condicionada su participación en la Dirección de la Empresa del mismo. Esta Televisora per tenerla fundamentalmente a la Arquidiócesis de Maracaibo. Según la información, el propio Presidente de la República, en entrevista con el Arzobispo de esa ciudad, exigió el 50% de las acciones para el Gobierno.

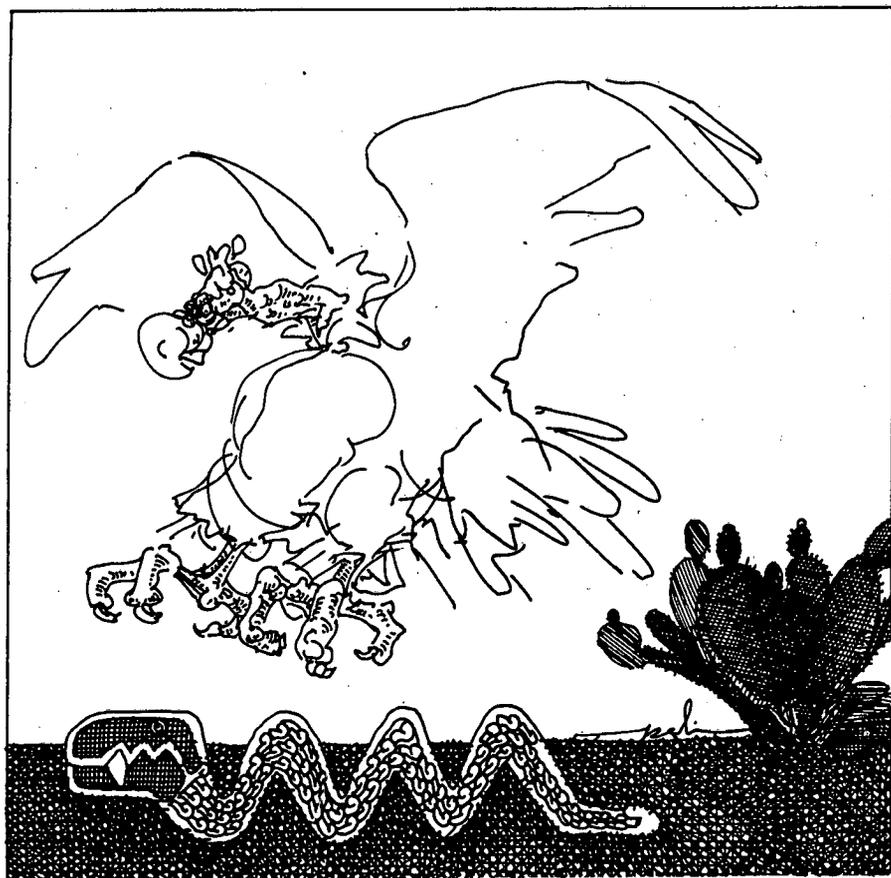
- **Marzo 1986:** El periodista Rafael Finol Meléndez denuncia la persecución de que es víctima por parte de funcionarios policiales del Estado Zulia, a consecuencia de haber descubierto un crimen cometido por tres agentes de la policía de Maracaibo. El Gobierno le niega protección y le ofrece pasajes para salir del país, lo cual no acepta. Posteriormente, los tribunales verificaron sus denuncias y dictarían auto de detención contra los tres presuntos homicidas.
- **Abril 1986:** Por resolución emanada del Consejo de Ministros se prohíbe a todos los funcionarios públicos dar cualquier tipo de información a los Medios de Comunicación sin previa autorización del Ministro respectivo. Posteriormente, el Colegio Nacional de Periodistas exhortaría al Consejo de Ministros para que revisara la medida aprobada el 30 de Abril, ya que restringe la información, dificultando el ejercicio del Periodismo.
- **Junio 1986:** José Vicente Rangel, ex-candidato presidencial, denunció que su columna y la de Alfredo Tarre Murzi, que aparecía periódicamente en el "Diario de Caracas", fueron suspendidas por orden del Gobierno. En la misma entrevista, publicada por "El Nacional", se refirió también a la salida de Marcel Granier del Canal 2 de Televisión, del cual era su director y del Diario de Caracas, junto a la clausura del programa "Primer Plano", programa de opinión transmitido durante 10 años por el mismo canal de televisión. Señaló, además, las presiones políticas, económicas y de orden personal ejercidas por el Gobierno para la obtención de tal fin.
- **Julio 1986:** Por segunda vez en cuatro meses se dicta auto de detención contra el director del Diario de Caracas, Rodolfo Schmidt. Esta vez el auto de detención responde a una demanda por el ex-inspector de los servicios de la Disip (Cuerpo Policial del Estado), Freddy Rivero Torrealba, quien se consideró difamado, pre-

sumiendo que el mencionado director ha forjado documentos en su contra. El documento que originó la demanda fue una carta publicada por Schmidt en su columna "Memorandum", cuyo remitente, desde una cárcel de Michigan, EE.UU., se comunicaba con un recluso preso en Maracaibo, señalando en la misma a Rivero Torrealba como vinculado al narcotráfico. Habría que añadir que esta misma carta fue publicada anteriormente por el diario "Panorama", de Maracaibo, sin sufrir por ello ninguna consecuencia desagradable.

Es obvio para cualquier lector que haya seguido la prensa venezolana durante los últimos años que nos encontramos viviendo en un mundo de verdades a medias. Estos hechos citados son ciertos, pero también se callan otros muchos hechos que podrían traer algo más de luz al conjunto. Así, por ejemplo, en la suspensión de la cadena del programa de opinión de la Cámara Venezolana de Radiodifusión nadie se ha molestado en resaltar el totalitarismo social y empresarial que dicho órgano de opinión propugnaba, así como su campaña sistemática contra la Presidencia de la República, a cuyo titular llegó a señalar como un "dictador civil". En este caso se aplicó un viejo reglamento, todavía en vigencia, que limita las cadenas radiales al Estado.

Algo parecido sucede con la Televisión Regional Niños Cantores del Zulia. Es cierta, por un lado, la exigencia del Gobierno de una participación substancial del Estado en la dirección de la emisora, pero también es cierto, por otro lado, que dicha televisora ha sido financiada mayoritariamente con fondos del Estado. Como resultado, el problema se presta a múltiples interpretaciones y conclusiones diferentes, dependiendo todas del color de la ideología política de cada quien.

El Gobierno no tardó en responder, por medio del Director de la OCI (Oficina Central de Información) al documento presentado por el Dr. Otero en la reunión de la SIP. Retraerá de un modo definitivo la existencia de Libertad de Expresión en el país, cosa innegable, y avala esta afirmación con las declaraciones de los máximos dirigentes de las organizaciones gremiales y empresariales de la Comunicación Social en Venezuela. En todos los casos se hacen las dos mismas preguntas: ¿El organismo que usted preside ha recibido alguna denuncia por parte de sus



afiliados de haber sido presionado por el gobierno? ¿Usted considera de que en Venezuela exista la libertad de expresión? Las respuestas, un tanto plegadas a las circunstancias, son negativas para la primera y positivas para la segunda. Llama la atención el hecho de que ninguna de las Cámaras recibiera ninguna queja respecto al libre ejercicio de la profesión, ya que lo normal, en caso de la más mínima violación o abuso, como los denunciados más arriba, suele ser el acudir de inmediato a la Cámara respectiva.

Luis T. Núñez, director del diario El Universal y presidente de Bloque Venezolano de Prensa, nos afirma que en Venezuela hay libertad de expresión completa. "Nosotros nunca hemos tenido preocupación por algo que tengamos que publicar: por el contrario,

yo creo que está demostrado que todos los medios de comunicación en Venezuela han informado libremente...". Nos parece que no estarían de acuerdo con esta afirmación todos los periodistas detenidos por ejercer su derecho de informar. Por otro lado, el mismo Bloque de Prensa está sumamente preocupado con el proyecto del Gobierno de instalar una fábrica de papel periódico, dadas las posibilidades de manipulación de los Medios por parte del Ejecutivo que este hecho significa.

El Dr. Peter Taffin, Presidente de la Cámara de la Radiodifusión, nos deja un margen de confiabilidad al afirmar que siempre se pueden presentar fallas en el sistema democrático y que siempre se pueden remediar: "No hay extraterrestres en el

Gobierno, sino seres humanos que pueden fallar en un momento determinado, pero la democracia tiene los mecanismos que superen esa falla que pueda presentarse". Indirectamente está admitiendo que puede haber abusos y violaciones contra la libertad de expresión, y que de hecho los hay, aunque sean reparables por el sistema democrático. En esta misma línea afirma también, más adelante, que la libertad de expresión absoluta no existe aquí ni en ningún país del mundo. Es cierto. Ningún gobierno democrático en el mundo se ha salvado de violentar o abusar alguna vez contra sus libertades democráticas. Esto último no quiere ser una excusa, es simplemente una lastimosa realidad.

El presidente del Colegio de Periodistas del Distrito Federal, Héctor Mata, en una declaración sumamente escueta, afirma: "Considero que en Venezuela hay absoluta libertad de prensa. A veces, esa libertad es exagerada por cuanto se emiten conceptos ofensivos contra los funcionarios públicos y hasta contra el propio Presidente de la República". Sin comentarios.

Hablando de las resoluciones finales, aprobadas por unanimidad, en la XLII Asamblea General de la SIP, nos encontramos en primer lugar con la diatriba a que nos tienen ya acostumbrados en contra de la colegiación del periodista, cosa que ocurre en varios países, no sólo en Venezuela. Se aducen en esta ocasión los argumentos de que dicha Colegiación va en contra del Derecho de libre asociación, como también en contra de las disposiciones de la Convención Americana de los Derechos Humanos, que garantizan la Libertad de Expresión. Estas últimas disposiciones están basadas en el hecho de que el "derecho que tiene una persona de expresar sus puntos de vista sobre problemas públicos es un derecho humano fundamental y que el derecho que tiene una persona de escribir, publicar o informar acerca de hechos públicos es también un derecho humano básico en las sociedades democráticas". De nuevo nos encontramos sumidos en un mar de verdades a medias, en la diferencia entre la teoría y la práctica. Dado que nos encontramos en un sistema democrático en donde también existe la libertad de empresa, ninguno de estos señores, dueños de los medios, que asumen la defensa de los derechos fundamentales de la persona,

publicará o difundirá nada, a nadie, que vaya en contra de sus intereses particulares, aunque sea verdad. Esta también es una realidad que tenemos que afrontar. Entonces queda claro que los derechos fundamentales de la persona y el uso de la libertad de expresión está restringido a un pequeño círculo privilegiado de ciudadanos. El resto no cuenta. Por eso se considera "perturbadora" la opinión de la Corte Interamericana de Derechos Humanos en favor del derecho de réplica o rectificación, que ampliaría el marco de libertad.

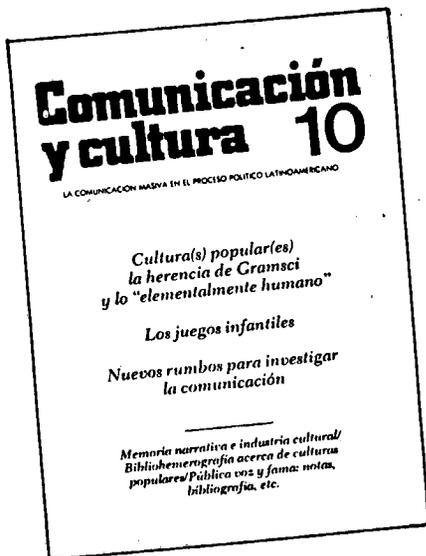
En lo referente al capítulo de Venezuela, la SIP lamenta la creciente intolerancia del Gobierno, que dificulta el ejercicio del periodismo en el país. También llama la atención sobre los 87 atentados, de mayor o menor grado, perpetrados durante el actual gobierno en contra de los medios de comunicación, según denuncia del propio Presidente de la Comisión Permanente de Medios de Comunicación Social de la Cámara de Diputados. El documento señala además, en sus reclamaciones al gobierno venezolano, su preocupación por las eventuales consecuencias que pueda aparejar para la prensa venezolana la instalación de una fábrica de papel prensa controlada por el Estado o por un determinado número de diarios, según la experiencia obtenida en otros países. Lo peor de todo es que en este asunto el miedo por el sano ejercicio de la libertad de expresión está manchado por el miedo empresarial de que se dificulte o pueda disminuir su negocio. No cabe duda de que el mismo término de "Libertad de Expresión" es un término notablemente manipulado y puesto al servicio de los distintos intereses que mueven y dirigen la vida nacional.

En las conclusiones finales el documento nos ofrece un recorrido global de la situación de la prensa en el hemisferio. En primer lugar, nos alerta sobre la penosa situación de los Medios bajo las dictaduras en el Continente, señalando especialmente las principales violaciones y abusos de los distintos gobiernos al respecto: supresión de diarios y revistas, emisoras de radio, amenazas y asesinato de periodistas, etc. En el capítulo de los países con Democracia Representativa, el documento lamenta la manipulación a que está sometida la prensa en Méjico, las amenazas y detención de periodistas en Panamá, la instalación de una plan-

ta de papel periódico por parte del Estado en Venezuela, y un sin número de violaciones de mayor o menor grado en otros países del área. En resumen, "la prensa está bajo cons-

tante ataque, no sólo de parte de las dictaduras, sino también de los gobiernos democráticos".

## RED IBEROAMERICANA DE REVISTAS DE COMUNICACION Y CULTURA



Durante los días 01 y 02 de setiembre y en el marco del Congreso INTERCOM 86, se realizó en Sao Paulo, el I Encuentro Iberoamericano de Editores de Revistas de Comunicación. El evento sirvió para efectuar un oportuno diagnóstico de los problemas que deben enfrentar las instituciones iberoamericanas que deciden impulsar experiencias de producción de revistas especializadas en Comunicación Social. Se abordaron entre otros asuntos cuestiones vinculados con el sentido y rol que tienen estas revistas, los públicos para los cuales trabajan, los espacios geográficos que cubren y las áreas

que abordan. Igualmente las políticas editoriales y el proceso de producción y difusión del conocimiento nuevo. Igualmente se tocaron aspectos relacionados con el proceso de publicación, distribución, comercialización, traducción e intercambio de las revistas (todo ello quedó consignado en un relatorio que está siendo elaborado por el profesor Onésimo De Oliveira del Instituto Metodistas de Enseñanza Superior de Sao Paulo, y que será remitido muy pronto a todos los interesados).

Los participantes en la reunión, que figuran al final de este artículo, elaboraron un

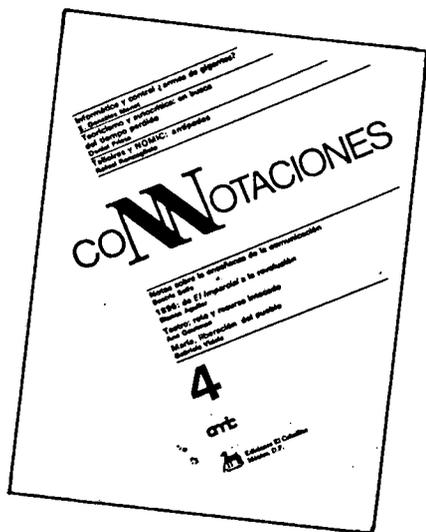
acta que luego suscribieron por unanimidad y en la que se señala y acuerdan los siguientes asuntos: El I Encuentro Iberoamericano de Revistas de Comunicación ha constituido una valiosa iniciativa de INTERCOM que recoge una necesidad muy sentida en nuestros países; la de buscar puntos de encuentro y cooperación en un contexto que hace cada día más difícil el mantenimiento de los esfuerzos aislados que hoy se dan en la región. El relatorio que se distribuirá muy pronto y que ha sido producto de las sesiones de trabajo tenidos durante los días 1 y 2 de setiembre del presente año, marca un conjunto de problemas y necesidades que nos incentivan en la perspectiva de continuar este esfuerzo de integración. Ciertamente resulta necesario también partir del hecho de reconocer que las cuestiones planteadas aquí son, básicamente, producto de una primera reflexión hecha por un grupo muy reducido de editores que pudieron acudir a este primer llamado de INTERCOM y que no han tenido la intención de agotar todos los elementos presentes en esta cuestión. Por ello mismo, los abajo firmantes, participantes de este primer Encuentro de Revistas, celebrado en el marco general del IX Ciclo de INTERCOM efectuado en la ciudad de Sao Paulo-Brasil, deciden asumir los siguientes compromisos fijados en la presente acta:

1. A partir de la fecha los firmantes establecen un acuerdo para el canje gratuito de sus publicaciones y se comprometen a incluir en sus respectivas revistas una sección especial en la cual se reseñe el contenido principal de cada una de las revistas recibidas. Los firmantes asumen también la obligación de incluir como crédito, en su revista, la leyenda "Integrante de la Red Iberoamericana de Revistas de Comunicación y Cultura".

2. A partir de la fecha las revistas firmantes se comprometen a publicar gratuitamente los avisos publicitarios de las revistas integrantes de esta red, para lo cual los interesados deberán remitir el arte final de la publicidad que deseen reproducir en las publicaciones de los colegas. El formato y la ubicación de la publicidad queda a juicio de cada editor, pero se tratará de respetar los términos de la reciprocidad.

3. Así mismo, declaran que consideran altamente positivo y recomiendan que se ponga en práctica:

- El canje bilateral de listas de correo (mailing list) entre las revistas integrantes de la red.
- Acuerdos bilaterales o multilaterales para el uso de cuentas bancarias nacionales.
- Intercambio de informaciones sobre eventos o acontecimientos que se producen en el sector de influencia de cada revista.



d) Intercambio de materiales, artículos o ensayos relevantes, que pueden ser de interés para las revistas integrantes de la red.

e) Se recomienda que el rótulo al que se refiere el punto 1 de la presente acta sea incluido en la página o la columna utilizada regularmente para los créditos de la revista.

4. Deciden constituir un comité provisorio de la "Red Iberoamericana de Revistas de Comunicación y Cultura", cuyas funciones serán las siguientes:

4.1. Tomar contacto con las publicaciones que no estuvieren presentes en la reunión de Sao Paulo;

4.2. Recoger las inquietudes de esas publicaciones en relación a los temas de cooperación;

4.3. Estudiar la metodología de trabajo y hacer una propuesta en función de la elaboración de un directorio de las revistas de comunicación;

4.4. Indagar sobre factibilidad de un segundo Encuentro de Revistas;

4.5. Estudiar propuestas de una sección común en todas las revistas interesadas como modo de facilitar el intercambio.

5. Se acuerda por unanimidad formar el Comité Provisorio con las siguientes personas: Washington Uranga, Walter Neira Bronttis, José Marqués De Melo. Y se deja constancia que este Comité Provisorio se forma a partir de la buena voluntad de quienes lo integran, que no se le asignan recursos y que, por lo tanto, las tareas deberán realizarse sin distraer ni recursos ni tiempo esencial a las labores habituales de las personas comprometidas.

6. Finalmente los representantes de las revistas solicitan a la comisión provisorio constituida en este encuentro que estudie la factibilidad de la realización de un segundo Encuentro Iberoamericano de Revistas, en el plazo no mayor de dos años, en el cual se analice con profundidad todo lo relativo a la producción editorial de las revistas de comunicación y cultura, se estudien caminos más concretos para la cooperación entre los diferentes medios y se establezcan pautas más precisas para la definición más amplia de la red aquí acordada.

Finalmente debemos señalar que el acta que acabamos de transcribir se halla abierta a la opinión de los demás editores de América Latina, España y Portugal, a quienes en los próximos días les estará llegando una carta en la que se les solicitará también -de inte-

resarles- su incorporación en esta red, cuya fase de creación recién se inicia y en la que el aporte y participación de las otras publicaciones existentes puede ser de enorme valor.

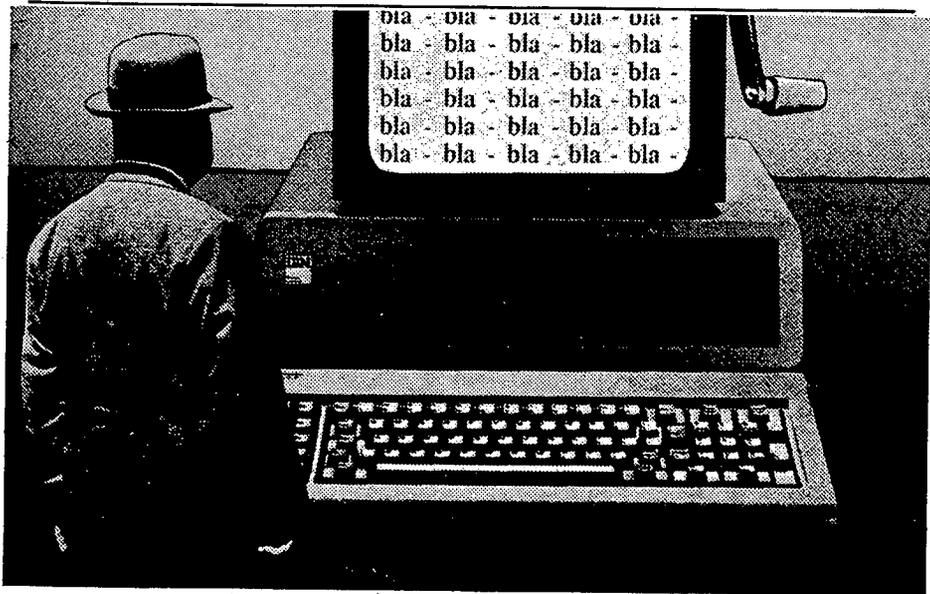


Aprovechamos de la cobertura que tiene el Boletín/Revista de FELAFACS para agradecer que los interesados en esta iniciativa pueden dirigirse a nuestro Secretario Ejecutivo Walter Neira Bronttis, quien espera recibir otras opiniones antes del 7 de noviembre, fecha en la cual volverá a reunirse en Lima el Comité Provisorio ya anunciado (Walter Neira Bronttis, Apartado Aéreo 18-0371, Lima-18, Perú).

Suscriben este documento: Cyro Mascarenhas Rodrigues - Cadernos de Difusão de Tecnologia (Brasilia, Brasil), Maria Teresa Scarnato - Revista Medios Educación Comunicación (Buenos Aires, Argentina), José B. Pinho - revista Comunicarte (Campinas, Brasil), Gloria A. R. Kreinz - INTERCOM - Revista Brasileira de Comunicacao (Sao Paulo, Brasil), Joao Vianney Campos de Mesquita - Revista de Comunicacao Social (Ceará, Brasil),

Hozana Alvares De Oliveira - Pesquisa Sistemas de Editoracao (Sao Paulo, Brasil), Teresa Flores - Cuadernos de Comunicación Alternativa (La Paz, Bolivia), Mariuz Restrepo de Guzmán - Signo y Pensamiento - P. Universidad Javeriana (Bogotá, Colombia), Contratexto - U. de Lima (Lima, Perú), Comunicacao & Sociedade - IMS (Sao Bernardo do Campo, Brasil), Dario Luis Boreli-INTERCOM - Revista Brasileira de Comunicacao (Sao Paulo-Brasil), Washington Uranga - Comunicación América Latina (Buenos Aires, Argentina), Walter Neira Bronttis - Boletín/Revista FELAFACS (Lima, Perú), Joao Aloisio Lopes - Revista Sul/Boletín de Novas Tecnologías de Comunicación (Sao Paulo, Brasil), Miriam Ladeira - Periódico Jornal Guina do Estudante (Sao Paulo, Brasil), José Benitez - CEMEDIN (La Habana, Cuba).

## "SEMINARIO LATINOAMERICANO EDUCACION, COMUNICACION E INFORMATICA"-



## 1. Nuevas tecnologías y su importancia en la sociedad

América Latina se ve enfrentada, en la presente coyuntura histórica, a una irrupción acelerada e irreversible de nuevos procesos e instrumentos de información y comunicación. La presencia de las nuevas tecnologías y las tecnologías avanzadas vienen provocando una serie de nuevas preocupaciones en relación al desarrollo social. En tre ellas destacamos:

- a. La tendencia a una incorporación indiscriminada de nuevas tecnologías en nuestros países, sin tomar en cuenta nuestra realidad social y nuestras necesidades en materia de información y comunicación.
- b. Esta incorporación irracional deriva al mismo tiempo de la existencia y adquisición de ofertas tecnológicas, que muchas veces no son compatibles entre sí, provocando serias dificultades para la transferencia de conocimientos y experiencias y ocasionando también el aislamiento de nuestros países. Su mayor consecuencia es el alto costo que deben pagar nuestros pueblos en los asuntos vinculados con el equipamiento tecnológico.
- c. La transferencia tecnológica origina también en muchos casos, mayor dependencia y eventualmente, abandono de las propuestas de desarrollo de tecnologías propias, que pudiesen servir a nuestros países.
- d. El beneficio de las tecnologías es medido, en primer lugar, en una óptica económica, donde el hombre, sus necesidades y su cultura, quedan casi siempre en segundo plano.
- e. La incorporación de las nuevas tecnologías en los países del tercer mundo, con frecuencia es aplicada sin tomar en cuenta las medidas compensatorias que deben ser desarrolladas para redistribuir en nuevos empleos a los grupos humanos afectados.
- f. Las nuevas tecnologías que nos ofrecen para América Latina son, en buena medida, producciones que ya fueron superadas en los países industrializados y el alto costo que supone su adquisición, se ve incrementado por la obligación de actualización a que son sometidos.
- g. En la mayoría de países de América Latina, se percibe una escasa vocación para facilitar la participación de la sociedad civil

en la toma de decisiones vinculadas, en este caso, con la incorporación de nuevas tecnologías.

## 2. Nuevas Tecnologías y Comunicación

Reconociendo la importancia social de la informática y otras nuevas tecnologías en los procesos de producción, almacena- miento y distribución de la información, debemos señalar los riesgos que su incorporación indiscriminada está provocando en América Latina.

- a. En algunos países no existen garantías para un uso de estos nuevos instrumentos en la más amplia gama de instituciones que actúan en el campo de la Comunicación Social. En este sentido, se percibe ya que las pequeñas empresas, al carecer de condiciones económicas para el cambio provocado, pasan a depender cada vez más de las grandes cadenas o redes de empresas nacionales y transnacionales de la información y la comunicación.
- b. La incorporación de las nuevas tecnologías provoca transformaciones en los lenguajes y procesos vinculados con la comunicación masiva. Los profesionales y empresas que hacen uso de estos nuevos recursos, no son siempre conscientes de las implicaciones culturales y educativas que esta incorporación puede tener o tienen para nuestros pueblos.
- c. Los estados latinoamericanos deben hacer mayores esfuerzos por promover la democratización de la comunicación, y garantizar que la información almacenada y dinamizada por esas tecnologías, no sólo llegue a públicos más amplios y a las más variadas organizaciones sociales, sino que propicie una mayor participación de los profesionales de la comunicación y del público en la planificación y producción del mensaje. En tal sentido las leyes de informática deben contener disposiciones que favorezcan el acceso y la participación.

## 3. Nuevas Tecnologías y Educación

- a. Las Escuelas de Comunicación deben adoptar políticas y estrategias adecuadas

para la formación crítica de los comunicadores sociales respecto del uso de nuevas tecnologías, entendiéndolas como parte de un posible desarrollo, pero a la vez advirtiendo los peligros que éstas encierran.

- b. Las Escuelas de Comunicación Social deben ser cuidadosas al reformular sus currícula frente al peligro de asumir las nuevas tecnologías como la solución social. Los currícula deben contemplar procesos claros, definidos desde el diagnóstico y el pronóstico sociales, contemplando además, las distintas formas alternativas (tecnologías apropiadas por ejemplo), usos de tecnologías, desde posiciones críticas consideradas en virtud del desarrollo de nuestros distintos países, de la profundización de la democracia y de la cooperación e integración regional.
- c. Las Escuelas de Comunicación Social deben procurar establecer procesos permanentes de investigación, de carácter interdisciplinario, para urgentes respuestas válidas que sean necesarias frente a la presencia de las nuevas tecnologías en comunicación.
- d. El enfoque educativo asumido por los programas de formación en comunicación debe estar orientado hacia el establecimiento de una comprensión reflexiva respecto de las nuevas tecnologías, y no tanto hacia el simple uso práctico de estas nuevas tecnologías.
- e. Las Escuelas de Comunicación deben precisar el carácter instrumental y de herramienta de las nuevas tecnologías, considerando en sus enfoques que éstas no son neutras y que deben contribuir a mejorar los procesos de enseñanza-aprendizaje desde una plataforma democrática, y no como un instrumento más de una nueva forma de sometimiento.
- f. Nuestras Escuelas de Comunicación deben reforzar la aprobación y preservación adecuadas de nuestro idioma, como parte fundamental de la identidad de nuestros pueblos y como sustentación de otros lenguajes posibles e igualmente poner énfasis en la enseñanza de la ética, herramientas fundamentales para el comunicador social, y particularmente para los periodistas.
- g. En consecuencia con los debates obtenidos, los delegados participantes acuerdan: saludar y apoyar la realización del Seminario Latinoamericano sobre "Educación, Comunicación e Informática", organizado por la Escuela de Comunicación de la Universidad Central de Venezuela, con ocasión del 40º aniversario de su creación; ya que, junto a estas experiencias de reflexión, contribuyen al debate para evitar que las nuevas tecnologías sean mitificadas o satanizadas. Las nuevas tecnologías deben ser consideradas en la justa dimensión histórica, como un proceso irreversible que debe ser asumido críticamente, desde la academia, desde la investigación y desde su concreción social.

Caracas, 23 de octubre de 1986

---

## RAFAEL NARANJO OSTY O LA PASION DEL DERECHO

---

GILBERTO ALCALA

RAFAEL NARANJO OSTY fue un profundo estudioso del derecho y un constante defensor de la justicia; fue demócrata que creyó en la recta conducta de la judicatura como pilar de la democracia y fue, esencialmente,

un baluarte para la defensa de la libertad de expresión y del derecho del periodista al ejercicio profesional. Pero por sobre todo, fue un amigo, un humano cultivador de la amistad. Con su lamentable muerte, acaecida el 30 de

agosto pasado, Venezuela pierde a un joven y moderno humanista.

Quienes estuvimos a su lado en la compleja actividad del ejercicio del derecho y quienes, por una u otra razón le consultaron, constatamos su sabiduría, obtuvimos el consejo a tiempo, supimos de su dedicación por buscar la norma, la jurisprudencia, la doctrina apropiada. La consulta que se le hacía la convertía en un tema importante para la discusión, para el análisis, para la resolución del caso dado. Su convencimiento y conclusiones lo sometía al criterio del Juez. Y ese convencimiento suyo era a la vez pasión, constancia de ejercicio hasta el resultado final. Si todo concluía en sentencia favorable, celebraba la "alegría jurídica" sin egoísmos que le indujeran a apropiarse del éxito. Si el resultado judicial le era adverso, continuaba en el estudio de la materia tratada. Era una dedicación hasta la obstinación, hasta encontrar la verdad, que lo reconfortaba, aunque lo juzgado le siguiera siendo adverso.

Evidenció su apego a la democracia en los conceptos emitidos para la explicación o fundamentación de hechos

o situaciones estrictamente jurídicas. Recientemente, en un discurso de orden en el Concejo Municipal del Distrito Sucre, al plantear que la independencia de los jueces es una necesidad del estado de derecho, manifestó esta reflexión suya: "... También sería sensato para fortalecer la autonomía de nuestros jueces, que éstos fuesen liberados de toda disciplina partidista, buscando con ello fortalecer la debilitada autonomía judicial", a tiempo que criticaba a los políticos que son amigos de influir en la administración de justicia, como cree mucha gente. En esa oportunidad pidió al legislador venezolano incorporar a las leyes el verdadero espíritu de justicia que conoce el pueblo.

En la defensa de la libertad de expresión, Rafael Naranjo Ostty se identificaba con el periodista, se entregaba en una estrategia de códigos, leyes y principios fundamentales de la comunicación social porque todo eso era, para él, una lucha por la preservación de la dignidad profesional y del rol social del medio. Desde la presidencia del Colegio Nacional de Periodistas constató esa cualidad suya. Una



de sus actuaciones más resaltantes con nosotros fue su apoyo a la decisión de la Junta Directiva Nacional de romper la tradicional costumbre de pedir al Ejecutivo Nacional la libertad del periodista detenido y ventilar, en cambio, en los tribunales nuestros enjuiciamientos para ir afianzando derechos irrenunciables en el ejercicio profesional.

La más firme defensa, por ejemplo, del derecho del periodista al secreto profesional, surgió de esa nueva política gremial de acentuar jurisprudencias para el afianzamiento de derechos, en la oportunidad del juicio a María Eugenia Díaz. Fue un caso que sentó trascendencia continental para que los periodistas sean juzgados por jueces civiles y no por jueces militares. Fue lo que Naranjo Ostty llamó "Aliviadero Institucional". En esa oportunidad escribió que la Corte Suprema de Justicia había establecido "la vigencia plena de la garantía constitucional que trata sobre los jueces naturales, una situación que permitirá a ambas justicias (la civil y la militar) convivir sin estorbarse" y que lo hace trascenden-

tal porque afianza el principio igualitario, esencial a la democracia.

Rafael Naranjo Ostty fue amigo sincero de los periodistas y del periodismo. Creo que si Rafael no hubiera sido abogado, el periodismo habría sido su actividad profesional. A muchos periodistas nos consta cómo entendía la significación social de un problema. Su pública preocupación por el narcotráfico y por la corrupción reflejaba la firmeza que le daba el estudio de las leyes, pero había en sus planteamientos un enfoque peculiar que se identificaba con lo oportuno y trascendente del periodismo.

Rafael Naranjo Ostty fue amigo de los periodistas y el más consecuente defensor de sus derechos. Pero fue, fundamentalmente amigo de todos. Rafael se empeñaba en hacer amigos. A menudo decía que para él, la amistad era un parentesco. La verdad fue que murió un hermano de los periodistas y un valor de la actual generación pensante de Venezuela. Una verdad muy dolorosa. Una verdad que cuesta creerla.

---

## Los Acuerdos de la VI Convención



---

### ELENA SALCEDO

Otro volumen de páginas se incorpora a los ya existentes que dejan las Convenciones Nacionales de Periodistas cada dos años. Son miles de Acuerdos pendientes por ejecutar, que sin duda se aprobaron porque benefician al gremio y también al país.

Cuando los periodistas se reúnen su propósito es orientar, dar líneas de acción que luego son recogidas en el Informe Final. Después viene el reto:

ponerlas en ejecución, cumplir con todas.

Cada dos años una nueva Junta Directiva recibe esos Planes de Trabajo tan amplios como los Planes de la Nación que otrora elaboraban los gobiernos. Es decir, que tenemos un gremio planificado, con un norte, con un rumbo cuyo timonel para que el barco no vaya a la deriva debe tener una buena dirección, de lo contrario el barco se

va a pique.

Un primer paso de la nueva Junta Directiva es difundir los Acuerdos de la VI Convención Nacional de Periodistas. Los pasos sucesivos son, que cada Directivo asuma desarrollar aquellos Acuerdos que son competencia de su Secretaría.

Quedan más de 500 días, tiempo suficiente para cumplirle al gremio.

#### ■ A LAS ESCUELAS DE COMUNICACION SOCIAL

Estas deben realizar estudios sobre el perfil profesional del periodista, a fin de que los estudios en esta materia, a nivel de pre y de postgrado, estén acordes con el mercado laboral a nivel nacional y regional.

#### ■ JORNADAS SOBRE LA CALIDAD DEL PERIODISMO VENEZOLANO

Se recomienda a la Directiva Nacional del CNP la realización de una Jornada de Reflexión sobre la calidad del periodismo venezolano.

#### ■ CURSOS DE ESPECIALIZACION

Instar a las empresas periodísticas a través del CNP, la firma de Convenios con la Academia Nacional de Cine, TV y Afines, así como con las empresas o instituciones que ofertan cursos de especialización a periodistas.

#### ■ CLAUSULA DE PARTICIPACION

Exhortar a los periodistas y a las organizaciones sindicales para que en las discusiones de los contratos colectivos con las empresas, luchen por la incorporación de la cláusula de participación de los periodistas en el diseño de las pautas informativas diarias en los medios. El CNP y los Sindicatos harán un seguimiento de los casos en que se haya logrado esa cláusula y de las empresas donde esa aspiración pueda lograrse.

#### ■ LOS TD DEBEN ACTUAR DE OFICIO

Los Tribunales Disciplinarios no deben limitarse a recibir denuncias, sino actuar de oficio, de acuerdo con las facultades que le correspondan para tener una vigilancia más activa de los contenidos éticos de la profesión.

#### ■ EVALUAR EL CODIGO DE ETICA

Designar una Comisión que evalúe el Código de Etica en un plazo de tres meses a fin de que este responda a los nuevos problemas vinculados con el ejercicio de la profesión.

#### ■ ANALISIS DEL TRABAJO PROFESIONAL

Solicitar de la JD la creación de una comisión integrada por profesionales de reconocida capacidad para que analice el trabajo profesional que se produce en Venezuela, tanto en el medio impreso como audiovisual, durante el lapso de un año y produzca un informe trimestral público con el resultado de sus investigaciones.

#### ■ UN FORO CON LOS PERIODISTAS DE RADIO

Que la JDN convoque a los periodistas radiales a un Foro para analizar el mensaje informativo que transmiten, con énfasis en el lenguaje y en el tratamiento de la noticia.

#### ■ INCONVENIENCIA DE ABRIR NUEVAS ESCUELAS DE COMUNICACION SOCIAL

Exhortar a todas las Seccionales del país y en especial la del Estado Aragua, a fin de que acate la resolución tomada en la V Convención Nacional del CNP en relación a la inconveniencia de abrir nuevas Escuelas de Comunicación Social, ante la saturación del mercado de trabajo a nivel nacional. Actualmente existen más de 5.000 estudiantes que están cursando la carrera, sin perspectivas de empleo.

■ **INVESTIGACION SOBRE  
SITUACION IRREGULAR  
EN PORTUGUESA**

Se solicita a la JDN abrir una investigación exhaustiva sobre la situación en general de la Seccional Portuguesa por su funcionamiento irregular, en especial en los dos últimos años.

■ **SOMETER A LA CONSIDERACION  
ACUERDO SOBRE EL  
PERIODICO "HUELLAS"**

Se acordó someter a la consideración de la Asamblea, el acuerdo y resolución sobre el periódico Huellas, con la recomendación de que éste sea pasado a la Junta Directiva de la Seccional Zulia a fin de que haga las averiguaciones pertinentes, en vista de que no se presentaron los recaudos necesarios.

■ **40 AÑOS DE LA ESCUELA  
DE PERIODISMO  
DE LA UCV**

**LA VI CONVENCION NACIONAL  
DEL CNP**

**CONSIDERANDO:**

Que el 24 de octubre de 1986 cumple 40 años de fundada la Escuela Nacional de Periodismo, hoy de Comunicación Social, de la UCV;

**CONSIDERANDO:**

Que el gremio agrupado en la Asociación Venezolana de Periodistas solicitó su creación a la entonces Junta Revolucionaria de Gobierno y fue decretada por ésta, la cual presidía Rómulo Betancourt;

**ACUERDA:**

1. Saludar a la Escuela de Comunicación Social en su cuádragesimo aniversario.
2. Asociarse a los actos conmemorativos del 40 aniversario.
3. Enviar copia de este acuerdo al Rector de la UCV, a la Escuela de Comunicación Social y darle publicidad.

■ **LEY DE JUBILACION  
DEL PERIODISTA**

**LA VI CONVENCION NACIONAL  
DEL CNP**

**PROPONE:**

A la nueva Junta Directiva Nacional del CNP, la designación de una Comisión Especial que redacte un Proyecto de Ley de Jubilación del Periodista, que abarque a todos los que viven de esta profesión, y la someta a consideración de un Secretariado Nacional del CNP en el término de 90 días.

■ **POR LA SINDICALIZACION**

**LA VI CONVENCION NACIONAL  
DEL CNP**

**CONSIDERANDO:**

Que el reciente surgimiento de sindicatos de trabajadores de la prensa en diversos estados de la República, en concordancia con la resolución al respecto, de la V Convención Nacional del Colegio (1984) requiere mayor y renovado apoyo para alcanzar los objetivos de organizar sindicalmente a los trabajadores de la prensa del país y conquistar los beneficios de una contratación colectiva que los ampare,

**ACUERDA:**

1. Instruir a la Junta Directiva Nacional y a las Juntas Directivas Seccionales, para que, de común acuerdo, con el Sindicato Nacional de Trabajadores de la Prensa y los Sindicatos de la prensa del interior del país, realice una campaña por la **SINDICALIZACION DEL PERIODISTA Y EN DEFENSA DEL DERECHO A LA CONTRATACION COLECTIVA DEL TRABAJADOR DE LA PRENSA**, así como para que destine una porción de sus ingresos, para el cumplimiento de los acuerdos de ésta y la anterior Convención en materia sindical.

■ REORGANIZAR TEMARIO  
DE LAS CONVENCIONES

LA VI CONVENCION NACIONAL  
DEL CNP

CONSIDERANDO:

Que las convenciones de Periodistas se han caracterizado por la repetición de los temas discutidos y por la aprobación de numerosos acuerdos que luego no son cumplidos por los organismos responsables;

CONSIDERANDO:

Que si estos problemas no se corrigen y se proponen reformas necesarias se agotará el modelo de las Convenciones;

ACUERDA

1. Que la JDN designe una comisión que adelante estudios correspondientes sobre lo que han sido las Convenciones, sus contenidos, su funcionamiento y su organización; que recoja la experiencia de otras organizaciones gremiales similares y presente un informe con las correspondientes propuestas de cambio, antes del primer año de gestión de la JDN.
2. Que las Seccionales de todo el país sean informadas sobre la agenda y la organización de la Convención por lo menos con seis meses de anticipación para permitir que las comisiones designadas puedan realizar un trabajo efectivo y lograr la participación de numerosos colegas que desean participar en la elaboración de Ponencias.

■ CULMINAR EL TRABAJO SOBRE  
LA OBRA INEDITA  
DE JUANA DE AVILA

LA VI CONVENCION NACIONAL  
DEL CNP

CONSIDERANDO:

Que recientemente falleció en Caracas la veterana periodista Pomponette Planchart (viuda de García), mejor conocida como Juana de Avila, columnista por muchos años de los diarios "El Nacional", "Últimas Noticias", "El Universal", "El Mundo" y

"Elite", entre otras publicaciones:

CONSIDERANDO:

Que Juana de Avila ejerció durante medio siglo la profesión periodística con gran dignidad y eficiencia y que fue de las mujeres precursoras del moderno periodismo nacional,

ACUERDA

1. Expresar a sus familiares y en especial a su hijo, Luis García Planchart, el sentimiento de condolencia de esta Convención.
2. Ordenar a la nueva Junta Directiva Nacional, la culminación del trabajo de edición de la obra inédita de Juana de Avila, entregada a la Junta Directiva saliente, en proceso de impresión, a fin de que las nuevas generaciones de periodistas conozcan la importante labor profesional de esta notable mujer venezolana.

■ PARTICIPAR COMO ACCIONISTAS  
EN LA PLANTA DE PAPEL

LA VI CONVENCION NACIONAL  
DEL CNP

ACUERDA

1. Que el Colegio Nacional de Periodistas realice estudios pertinentes a fin de que la Confederación de Trabajadores de Venezuela ceda al CNP la representación que a ésta le corresponde en algunas empresas del Estado.
2. Que el Colegio y el Instituto de Previsión Social del Periodista, estudien la posibilidad de participar como accionistas en la Planta de Papel o en la empresa comercializadora de este último de llegar a constituirse.

■ REALIZACION DE ASAMBLEAS  
EN TODAS LAS SECCIONALES

La VI Convención Nacional del CNP, reunida en la ciudad de Cumana,

ACUERDA

1. Ordenar a la Junta Directiva Nacional que exija de las Juntas Directivas Seccionales, el cumplimiento cabal del Artículo 35 del

Reglamento de la Ley de Ejercicio del Periodismo, el cual establece la obligatoriedad de efectuar, por lo menos, dos asambleas generales al año. En la última de estas asambleas, que deberá realizarse 30 días antes de las elecciones para escoger nuevas autoridades, deberá ser presentado por cada directiva seccional, un informe pormenorizado de la gestión de cada secretaría.

2. La Junta Directiva Nacional establecerá los mecanismos necesarios para sancionar a los directivos que no cumplan con esta disposición.

■ CREAR LA ASAMBLEA DE DELEGADOS EN CARACAS

LA VI CONVENCION NACIONAL DEL CNP

CONSIDERANDO

Que el CNP está en la obligación de ofrecer oportunidades y canales de participación a todos sus afiliados;

CONSIDERANDO

Que la realización de Asambleas Seccionales están contempladas en el Artículo 25 de la Ley, y Artículo 28 del Reglamento donde queda establecida esa participación;

CONSIDERANDO

Que en Seccionales grandes como el Distrito Federal donde son 2.800 afiliados, las asambleas tendrán validez con la presencia de la mitad más uno de los afiliados o con los que asistan a la tercera convocatoria;

CONSIDERANDO

Que de esta forma 40 ó 50 colegas que asistan a la tercera convocatoria puedan tomar decisiones que beneficien y estimulen al resto de afiliados;

CONSIDERANDO

Que es oportuno buscar un nuevo mecanismo más práctico de participación de los 183 colegas Delegados a la Convención por el Distrito Federal puesto que una vez que concluyen las deliberaciones en ese organismo desaparece su representación;

ACUERDA

Que esta Convención recomiende a la JDN la creación de la Asamblea de Delegados en la Seccional Distrito Federal, con sus respectivas atribuciones y responsabilidades y que elabore las reformas legales necesarias que garanticen su existencia y funcionamiento.

■ CONDENAR ACTITUD PROPIETARIOS DEL DIARIO "CRITICA"

LA VI CONVENCION NACIONAL DEL CNP

CONSIDERANDO:

Que la grave situación económica del país ha sido aprovechada por algunos medios de comunicación social impresos, para desconocer beneficios consagrados en la Ley del Trabajo y en otras reglamentaciones;

CONSIDERANDO:

Que esos desconocimientos se traducen en violaciones de las normas de estabilidad de los periodistas y en detrimento de las condiciones de trabajo;

CONSIDERANDO:

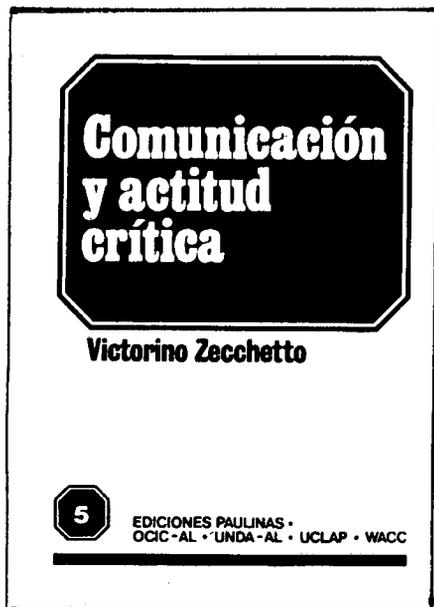
Que recientemente el Diario Crítica, de Maracaibo, en un intento por desconocer las prestaciones sociales (que la Ley garantiza), de todos los periodistas de la corresponsalía de Caracas, cambió en asamblea secreta su razón social, y que al ser descubierta optó por despedir a estos corresponsales;

ACUERDA

1. Que las distintas seccionales del CNP se mantengan vigilantes e investiguen a fondo todas esas acciones de las empresas periodísticas que pretendan perjudicar las condiciones de los agremiados.
2. Condenar energicamente la actitud de los propietarios del Diario "Crítica", de la ciudad de Maracaibo, por sus reiteradas acciones en perjuicio de los periodistas que prestan sus servicios en ese periódico.
3. Que la seccional del Estado Zulia, investigue los procedimientos de los responsables del Diario Crítica.

# GUIA BIBLIOGRAFICA

Comunicación y actitud crítica, Victorino Zecchetto, 184 páginas, Ediciones Paulinas, 1986.



Con este libro continúa su plan de ediciones la serie **Comunicación**, surgida del trabajo común de cinco organizaciones reconocidas por su preocupación en los campos de la práctica y la teoría de los medios de comunicación social, o, como dice el autor de este nuevo volumen, medios de difusión colectiva.

El referido autor es Victorino Zecchetto, S.B.D., pedagogo especializado en catequesis y comunicación social, largamente dedicado a la catequesis audiovisual y a la enseñanza de una lectura crítica de los medios, para su uso adecuado en el ámbito latinoameri-

cano. Además, trabajó varios años entre sectores populares y ecuatorianos. Parte de esa experiencia la ha vertido en artículos y escritos de diversa índole, entre ellos "Catequesis y comunicación", un texto destacado por la originalidad con que trata el tema.

Esa originalidad se asienta, fundamentalmente, en la "impiedad" crítica y el sano eclecticismo con que sabe encarar Zecchetto el análisis comunicacional a la luz simultánea de una realidad concreta y de una sólida base científica. Valga como ilustración el modo en que explica las pautas del libro aquí comentado: "El presente libro trata de examinar dos cosas":

- Las características del contexto en el cual funcionan los medios de difusión colectiva actualmente vigentes en nuestra sociedad latinoamericana.

**Mientras las teorías de la comunicación nos ayudan a comprender los medios masivos por dentro, el estudio del contexto nos muestra los alcances que tiene para la sociedad el despliegue masivo de tales medios. En efecto, conectados con la comunicación social hay una variedad de problemas humanos, sociales, políticos y económicos ineludibles, y que el educador debe conocer.**

- La aplicación de los estudios teóricos y contextuales de la comunicación, a una metodología de formación crítica de los medios de difusión. Esta tentativa puede despertar algún interés en aquellos educadores que captan la importancia de las comunicaciones sociales y la necesidad de

una formación en este campo.

En América Latina hay que abrir continuamente brechas para volver a aprender la práctica de la libertad tan ultrajada por los que no creen en el hombre. Una de esas brechas consiste en educar a un nuevo estilo de comunicación, porque la libertad, en el fondo, no está en aprender métodos informativos sino en crecer como personas en comunidad. Los medios masivos debieran ayudar a esto, no a deshumanizar las relaciones humanas". Inscribiendo, pues, la formación crítica en el propósito educativo para la libertad así entendida, el libro estructura su discurso en cuatro capítulos: la cuestión educativa, los medios de difusión social y lo alternativo (donde plantea el interrogante ideológico, algunos campos de búsqueda y un perfil de la persona crítica); Metodología de formación crítica (proponiendo un esquema de ejercitación según detallados pasos); Persuasión y manipulación (deteniéndose en el análisis de algunas expresiones de la cultura de masas); y Los mensajes

narrativos (un acercamiento a través de dos esquemas), amén de la conclusión.

En ella advierte sobre la dificultad con que el hombre común intenta seguir el ritmo de los nuevos códigos periódicamente lanzados por los medios electrónicos, con el riesgo de sujeción a mayores influencias. También advierte sobre la existencia de los procesos sociales que crean el contexto de la comunicación. "La formación crítica se inscribe en un contexto diacrónico. Se realiza en constante diálogo con la historia".

---

*Otros títulos de la misma colección:*

1. *Comunicación grupal liberadora* - José Martínez Terrero.
2. *Hacia una autonomía cultural en las comunicaciones mundiales* - Cees Hamelink.
3. *Comunicación e Iglesia Latinoamericana* - Benito Spoleitini.
4. *Comunicación popular y alternativa*. Regina Festa y otros



---

# INFORMACIONES

---

## XV CONGRESO LATINOAMERICANO DE PRODUCTORES FONOGRAFICOS

El XV Congreso Latinoamericano de Productores Fonográficos (Flapf), reunido en Caracas con la participación de 71 asociados de 13 países, más algunos invitados especiales de Europa y Estados Unidos, centró su preocupación en la lucha contra la piratería en el campo del video y el disco. Este encuentro de la Federación, que se celebra cada dos años, tuvo su desarrollo en fecha propicia (15 al 18 de septiembre de 1986), ya que se cumplían 25 años de la fundación del organismo, 25 años de los acuerdos de la Convención de Roma, 25 años de la Cámara Venezolana de Productores Fonográficos y 100 años de los acuerdos de la Convención de Berna. Tales fechas rememoran los avances logrados en la protección de los derechos literarios, de autor y los derechos conexos.

En la apertura el presidente de la Flap, José Bustillos señaló que ya existen en varios países latinoamericanos entidades recaudadoras, representantes del productor, el artista y el autor de piezas, pero que aún persisten problemas no contemplados en las leyes. Así, por ejemplo, la copia privada de fonogramas y videogramas y el alquiler ilegal de los mismos difícilmente puede ser controlado, y ello ha llevado a la necesidad de buscar formas de compensación en el precio de venta del material virgen, y este es un problema que afecta a todos los productores del mundo. Por su parte, el ministro venezolano de Fomento, Gustavo Mirabal B., prometió acelerar la aprobación de una ley que proteja a los productores fonográficos.

Entre otros aspectos desarrollados en el Congreso se abordaron también el de los mercados potenciales y el futuro tecnológico para la producción musical. Según el delegado brasileño Joao Mullar el futuro del disco-compacto en Latinoamérica es todavía lejano debido a razones políticas y de mercado. En Brasil, explicó Muller, la compañía europea Philips presentó un proyecto para crear una fábrica del producto que el Congreso Brasileño estudia, pero las consideraciones políticas y las limitaciones del mercado local harían postergar el proyecto para dentro de unos cinco años.

En efecto, una fábrica de disco-compacto en México, Brasil o Argentina, traería consigo dificultades de orden aduanal, ya que tendría que contar con todo el mercado latinoamericano para poder subsistir, problema que también ocurre en Europa.

A su vez, Armando Enrique Guía, vicepresidente de Radio Caracas TV estimó que la inversión necesaria para instalar una fábrica de disco-compacto con láser se inicia con 5 millones de dólares, con los que se pueden fabricar discos a partir de los estampadores, que serían fabricados en otra parte. Pero para tener una autonomía total, incluyendo corte y matrizaje, la inversión requerida estaría en el orden de los 11 millones de dólares. Además la tecnología implicaría cambios en el sistema de reproducción, que obligarían a una transformación en la industria de la fabricación de los reproductores caseros.

Como novedad de este vigésimo quinto congreso hay que señalar que por primera vez asumió los problemas concernientes a los videogramas. La Flap se ha visto en la necesidad de reformar los estatutos para acoger a los productores de los videos que se ven afectados por los mismos problemas del sector. La proposición relativa a los videos partió de una necesidad regional e internacional, ya que son comunes la copia y aun la transmisión de videos a través de la televisión sin los pagos correspondientes a sus productores.

El Congreso también eligió una nueva junta directiva, manteniendo por reelección al mexicano José Bustillos en la presidencia, y a Joao Muller de Brasil y Néstor Nolasco de Argentina como vicepresidentes. El próximo congreso se celebrará dentro de dos años en Guayaquil, Ecuador.

## EN PELIGRO LA TELEVISION EN ESPAÑOL DE U.S.A.

La principal cadena de televisión en Español en Norteamérica, SIN, Spanish International Network, está a punto de desaparecer al verse obligada a desmembrarse y vender sus plantas de televisión. Su importancia radica en que SIN es la principal productora, distribuidora y emisora de programas en Español del país. El problema surgió cuando la FCC norteamericana aplicó la ley de inversiones extranjeras en el sector de comunicación y prohibió la continuación de las transmisiones de la cadena. En efecto, Televisa, la gran cadena mejicana de televisión, poseía más del 20% del total de las acciones del SIN, punto límite de lo permitido por el FCC. Con esta medida, no sólo los casi veinte millones de residentes hispano parlantes residentes en el país resultarían afectados, sino también las principales productoras internacionales de programas en español de Argentina, España, Brasil, Méjico y Venezuela, que venden sus productos en el mercado norteamericano, especialmente a la cadena SIN. La FCC renovó el permiso de transmisión de la cadena una vez que ésta se comprometió a vender sus plantas de televisión. Sin embargo, hay varios grupos económicos interesados en la compra de las estaciones de SIN. Uno de estos conglomerados, representado por el embajador norteamericano en Méjico John Gavin, ofreció la nada despreciable suma de 360 millones de dólares, retirándose después de infructuosas negociaciones.

Paralelamente, la prensa informa que se está intentando formar una nueva cadena de televisión hablada en español, dentro de territorio americano. Se trata de los canales, 51 de Miami, 47 de New York, 52 de Los Angeles y Tele Mundo de Puerto Rico. De concretarse el conglomerado bajo un solo dueño, éste sería el único concesionario para todas las estaciones de la cadena. Este último hecho afectaría a Latinet, la empresa ibero-americana internacional formada recientemente, productora y distribuidora de programas en español, ya que se nos anuncia que la nueva cadena manejaría de forma independiente y con distintos criterios sus compras en el mercado internacional. Indudablemente las televisoras venezolanas se verían afectadas, así como los millones de telespectadores hispano parlantes que gozan con el éxito de las telenovelas y programas venezolanos en el exterior.

---

## INTELSAT: ¿FIN DE UN MONOPOLIO?

En 1984, el Director de INTELSAT, Robert Colino, declaraba al *New York Times* que ese consorcio tendría a finales del año 109 países miembros, 15 satélites y la posibilidad de comunicación con 157 países.

La Red INTELSAT tenía, según Colino, 658 estaciones terrenas dotadas de 827 antenas, pues algunas enlazan simultáneamente con más de un satélite. En total, INTELSAT controla unos 35.000 circuitos en uso, además de disponer de una reserva, tanto en órbita como en tierra, pues se mantienen satélites en las condiciones de "stand-by" orbital y "listos para ser lanzados".

Sin mencionar por su nombre a INTERSPUTNIK, ni referirse a todas las críticas lanzadas contra INTELSAT, Robert Colino, el hombre escogido por Washington para ocupar la dirección general del sistema controlado por Estados Unidos, admitió que se abre ahora una nueva y difícil etapa para el consorcio.

Muchos países escapan del control de INTELSAT mediante la creación de sistemas nacionales de comunicaciones vía satélite. Tal es el caso de Brasil, Canadá, México y varias naciones árabes. Al poner en órbita sus propios satélites, estos países ya no tienen necesidad de alquilar a INTELSAT canales para sus comunicaciones internas, como lo hacían anteriormente. Otro factor importante es que varios de los satélites domésticos tienen capacidad sobrante que puede ser utilizada en un futuro en el establecimiento de redes regionales en América del Sur, Centroamérica y el Caribe y el Medio Oriente.

A esta preocupación para los ejecutivos de INTELSAT hay que añadir el desarrollo de la tecnología de fibras ópticas para los cables submarinos. La ruta más rentable de INTELSAT, el enlace de Europa a América, tendrá que enfrentar en un futuro próximo la competencia del primer cable trasatlántico de fibras ópticas, el cual debe entrar en servicio antes de 1990.

En la actualidad, INTELSAT controla el sesenta por ciento de todo el tráfico telefónico internacional, pero ya sus días están contados. Ya se habla en las reuniones internacionales de especialistas en telecomunicaciones de crear una nueva organización en la que ningún país sea socio mayoritario, o sea, el único capaz de controlar el funcionamiento de los satélites del sistema.

Los que propugnan esta idea, afirman que hoy en día se puede alquilar un cohete portador a bajo costo, los satélites se construyen en varios países y por diferentes fabricantes y las estaciones terrenas simplificadas y de bajo costo colocan las telecomunicaciones por satélite al alcance de países que incluso hoy en día no pueden contar con ellas.

Desde que se constituyó en 1964 bajo el patrocinio y control absoluto de los Estados Unidos de América y con 10 países miembros, INTELSAT nunca había enfrentado los retos que tiene ante sí.

Si se logran alternativas viables al monopolio de INTELSAT que ofrezcan a los usuarios condiciones justas, precios razonables y respeto a la soberanía, el humillante control que ejerce el consorcio sobre las telecomunicaciones internacionales vía satélite, va a disminuir considerablemente y con ello sólo habrá un beneficiario: la humanidad (A.C.A.)

---

## MESA REDONDA SOBRE "COMUNICACION Y DESARROLLO"

Culminó el 23 de Mayo de ese año, la mesa redonda sobre "Comunicación y Desarrollo" organizada por IPAL y auspiciada por la UNESCO, el Sistema Económico Latinoamericano (SELA), la Junta del Acuerdo de Cartagena (JUNAC) y la Fundación Friedrich Ebert; la mesa reunió, tres días, y por primera vez a especialistas: catedráticos e investigadores de la comunicación; y a responsables de alto nivel de instituciones dedicadas a programas de desarrollo.

"Los Comunicadores tienen los conocimientos para poner su oficio al servicio del desarrollo, pero no tienen el poder político y económico para que ello sea posible. Por eso es tan importante que se comuniquen con los dirigentes del desarrollo", manifestó Luis Ramiro Beltrán en su intervención inaugural al evento; y fue esta necesidad de diálogo y la incidencia cada vez mayor de las estructuras comunicativas y de las nuevas tecnologías en el desarrollo de los pueblos latinoamericanos; las razones que llevaron a la realización de dicho evento.

En la tarea de aclarar conceptos y acordar propuestas concretas y prácticas, la mesa redonda desarrolló los siguientes temas: la comunicación y la cultura en el desarrollo, políticas de comunicación, comunicación y planificación, comunicación y población, comunicación y desarrollo rural, comunicación y educación, y, comunicación, ciencia y nuevas tecnologías, para finalizar con una discusión sobre las perspectivas de investigación y uso de los medios de comunicación en los programas de desarrollo.

En la exposición de los temas y posteriores debates, los participantes mostraron preocupación por la desatención que recibe la comunicación en los proyectos de desarrollo y estuvieron de acuerdo en la necesidad de un balance autocrítico de la tarea del investigador en relación a los planteamientos teóricos que han predominado en la última década, los que deben ser considerados como un fracaso, enfatizó uno de los asistentes, "porque fortalecieron el discurso oficial y porque no supieron convencer a la fuerza política y a las bases culturales de los países democráticos..."

### El Diagnóstico

En el terreno del diagnóstico manifestaron los asistentes, como la no presencia de la comunicación en los planes de desarrollo se debe a que el concepto de comunicación se encuentra desvirtuado, vinculado sólo a la labor de los medios como fuente de información; fenómeno que se manifiesta en la deficiente importancia estratégica que otorgan funcionarios y planificadores de la comunicación y a que se tiende a confundir lo que es una política de comunicación con la manipulación para fines políticos, lo que acarrea que cualquier intento de

planificación se entienda como un intento de coacción a la libertad de información. Situación a la que se suma la dificultad de utilizar los medios masivos que están en manos de grupos de poder poco interesados o contrarios al tratamiento de estos temas; además de la poca legislación existente, lo que da cuenta de la separación que existe entre partidos políticos y gobiernos democráticos por una parte, y la estructura de propiedad y control de los medios y los propios comunicadores por la otra.

La mesa redonda otorgó especial importancia al tema de las nuevas tecnologías, sus efectos en el mundo y particularmente en América Latina. En cuanto a las características de esta revolución en América Latina se analizó cómo la importación directa de artefactos (video grabadoras - TV cable - redes de telecomunicación - antenas parabólicas) viene inundando los mercados; se están efectuando grandes cuotas de inversión en lo tecnológico sin participar en los procesos de producción de mensajes, situación que acompaña la desaparición latinoamericana en el mercado mundial de bienes y servicios culturales, que según señalaba un expositor para 1984 fue sólo del 0.4%.

## **Caminos a Seguir**

Preguntándose por el que hacer, los asistentes coincidieron en la necesidad de vincular lo cultural y lo comunicativo al proceso de desarrollo, una tarea integracionista que considere la especificidad de la realidad latinoamericana en relación a la del resto del mundo en cuanto a los sistemas y mecanismos de comunicación; y la inserción en el debate de planificadores y economistas que miren la comunicación desde las implicaciones económicas de la revolución tecnológica, tema que cobija el desarrollo de las telecomunicaciones en la región.

La necesidad de vincular al tema de la comunicación aspectos que integran una misma problemática: informática y telecomunicación, comunicación y cultura, podrá generar acciones de preservación de las identidades culturales nacionales, pues manifestaron los asistentes, las características de los efectos de esta revolución tecnológica requiere fijar políticas en lo tecnológico y lo cultural, para que "quienes creen y usen conocimiento, adquieran capacidad de respuesta tecnológica propia" y para que se incremente la producción cultural equilibrando la baja producción de mensajes con la inversión tecnológica.

Por otra parte la mesa redonda destacó la importancia que centros e instituciones no gubernamentales han venido implementando en todos los países de la región, y expresaron la necesidad de dar un mayor apoyo a organismos regionales existentes tales como ULCRA, ALASEI y ASIN. También se hizo mención a la creación de un Centro para el Desarrollo de las Telecomunicaciones, un proyecto de la UIT que busca recoger todas las iniciativas de investigación y desarrollo en este campo. Igualmente, el director general del ILPES anunció su intención de incorporar el elemento comunicación en el informe del Instituto para la reunión de Ministros de Planificación de América Latina y el Caribe. Y en el marco de acciones concretas el director de ULCRA describió las cinco direcciones en las cuales se encaminan las tareas de la organización, entre las que se destacan: el establecimiento de un banco de información sobre programas radiofónicos y televisivos a disposición de los miembros de ULCRA, la realización de un estudio de factibilidad para intercambio de programas noticiosos de radio y televisión utilizando el satélite; así como la organización de un mercado anual para compra, venta e intercambio de programas de audio y video para la región.

## **Recomendaciones Generales**

Sobre la base del diagnóstico y los caminos a seguir el grupo de especialistas reunidos en la mesa redonda recomendaron:

1. Que los gobiernos de la región se incorporen activamente y den todo su apoyo, político y económico, a sistemas propios tales como ULCRA, ASIN y ALASEI, a fin de sentar y solidificar las bases para mecanismos y flujos comunicacionales endógenos que reflejen las realidades, necesidades y aspiraciones del continente.
2. Que los gobiernos y organismos regionales de integración, desarrollo y financiamiento estimulen y apoyen también la investigación, el desarrollo y la formulación de propuestas comunicacionales propias del continente.

3. Que el componente comunicación debe ser insertado sistemáticamente en los planes nacionales de desarrollo, a nivel "integral y sectorial".
4. Que es recomendable la celebración de nuevas Mesas Redondas donde los problemas y potencialidades de la comunicación en América Latina sean tratados en un marco interdisciplinario.
5. La realización de un foro o conferencia latinoamericana y del Caribe sobre Comunicación con la participación de especialistas y funcionarios, entre otros, en Comunicación Social, Telecomunicaciones e Informática, Planificación y Desarrollo, Finanzas, Servicios, Industrias, Educación y Cultura.
6. Que es necesario revisar, actualizar y reafirmar las conclusiones y recomendaciones de la Conferencia sobre Políticas de Comunicación en América latina, celebradas hace 10 años en San José de Costa Rica, bajo los auspicios de la UNESCO.
7. Que sin que ello vaya en desmedro de lo sugerido anteriormente cada país de la región tenga un proyecto-histórico-pedagógico-comunicacional.
8. Que es indispensable y urgente estimular en la región el desarrollo de industrias culturales y gestoras de tecnologías endógenas donde participaron por igual los esfuerzos de los sectores públicos y privados.
9. Que es conveniente y recomendable estimular el reciclaje de los profesionales de la comunicación para permitirles adecuarse a la nueva necesidad regional.
10. Que en vista del papel fundamental de los medios de comunicación en los sistemas de educación a distancia, y de las importantes aplicaciones que ésta tiene en la educación formal y no formal de la población, esta área deberá recibir mayor atención de los investigadores y profesionales de la comunicación.

---

## CHILE: Homenaje a José Carrasco Tapia

Convocado por el Sindicato Nacional de Trabajadores de la Prensa (SNTP), se realizó el viernes 12 el homenaje al periodista asesinado José Carrasco. Intervinieron el diputado David Nieves; Eleazar Díaz Rangel, presidente de la FELAP (Federación Latinoamericana de Periodistas) y director de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela, el presbítero Juan Vives Suriá, presidente de FUNDALATIN (Fundación Latinoamericana de Derechos Humanos), el secretario general del SNTP Javier Conde y Virginia Vidal, en representación de los periodistas chilenos. Entre el gran número de asistentes venezolanos y chilenos, se encontraban la periodista y escritora Isabel Allende, Aniceto Rodríguez, Guillermo Jorquera, los dirigentes del SNTP, Héctor Landaeta, Humberto Márquez, Desirée Santos, los periodistas Leopoldo Linares, Víctor Manuel Reinoso, José Consuegra, Imperio Rodríguez, Rosana Ordóñez, los ex secretarios generales del SNTP Helena Salcedo y Alberto Jordán Hernández, el diputado Raúl Esté; Oscar Madrid, corresponsal de la revista "Análisis", de la que era editor internacional José Carrasco.

La Asociación de Corresponsales de Agencias Internacionales de Prensa de Venezuela condenó enérgicamente el asesinato de José Carrasco Tapia, editor internacional de la revista "Análisis", así como el cierre de dos agencias noticiosas y la clausura de numerosas publicaciones. Hizo llegar sus condolencias, solidaridad y aliento a los familiares del colega Carrasco y a los periodistas chilenos.

---

## VENEZUELA: Legalización de los video-juegos públicos

El 17 de julio de 1986 apareció en la Gaceta el decreto 1714, permitiendo la instalación de máquinas de entretenimiento del tipo monedero, sin necesidad de sacar un permiso previo. Este decreto cambia substancialmente la situación legal, ya que existía anteriormente una prohibición que regía desde 1976 (decreto 1074).

El cambio ha surgido a raíz de las transformaciones que han sufrido las máquinas de entretenimiento público con la incorporación de los video-juegos. En efecto, a mediados de

abril el Cabildo de Caracas aprobó un informe de la Comisión Especial que estudió el caso de las máquinas tragañiques y video-juegos, en el cual se expresaba que el uso de las mismas constituía una violación del decreto presidencial 1074. El informe destacaba que las salas donde funcionan los tragañiques y video-juegos "son centros de alienación para los niños y adolescentes, pues los dispersan de sus estudios; son corresponsables de la dilapidación de ingresos familiares e inducen a conductas desviadas que pueden llegar a la comisión de delitos".

En vista de ello la Comisión Especial, apoyándose en el citado decreto, establecía que ambos tipos de máquinas indistintamente estaban prohibidas y por lo tanto no se podían rentar, instalar, fabricar, ni importar para su uso en el territorio nacional.

La reacción de los empresarios, organizados en la Asociación Venezolana de Video Entretencimientos (A.V.V.E.) fue inmediata y en un remitido publicado el 22 de abril fijan su posición ante el Concejo Municipal argumentando: 1) que los video-juegos no son máquinas tragañiques; 2) que los video-juegos no promueven actividades de envite y/o azar; 3) que, por tanto, no están afectados por el decreto 1074; 4) y, que son partidarios de su reglamentación.

Según el empresario Enrique Alonso la liberalización favorece el incremento de las pequeñas empresas dedicadas a este negocio creciente. Actualmente en Venezuela, se importan las tarjetas lectoras de memoria y los mandos, ya que no hay capacidad mercantil para desarrollar programas propios de video. Más de dos mil programas adaptados funcionan según el modelo Atari, compañía multinacional, cuya filial venezolana (Atari de Venezuela C.A.) controla el 70 por ciento del mercado.

---

## PERIODISMO INVESTIGATIVO

Un interesante seminario sobre Periodismo Investigativo se llevó a efecto en la Escuela de Comunicación de la Universidad Central de Venezuela con el auspicio de la embajada de los Estados Unidos de América y dentro de la serie de eventos que se han programado para la celebración este año de los 40 de fundada dicha Escuela.

El Seminario, del 10 al 22 de mayo pasado, fue dictado por el profesor J. Laurence Day, de la Escuela de Periodismo de la Universidad de Kansas y en el mismo intervino con dos charlas sobre la prensa en EE.UU., la libertad de información y la lucha diaria del periodista por mantenerla, el conocido periodista norteamericano Carl Migdail, ex-jefe del Buró Latinoamericano de la Revista U.S. News and World Report.

Day trató exhaustivamente una serie de aspectos en relación con la investigación en el periodismo que van desde los antecedentes históricos y sociales, las técnicas empleadas y su adaptación a la realidad venezolana, las fuentes de información, archivos, documentos, la entrevista y manera de acercarse a las fuentes hasta la organización, escritura y publicación de la investigación periodística.

Una valiosa experiencia para los que asistieron al Seminario fue la elaboración de un proyecto propio de investigación que fue expuesto y discutido por los participantes.

Durante el curso, Laurence Day expuso al reportaje investigativo como una modalidad especial, producto de los esfuerzos de la investigación del propio reportero sobre una "noticia de importancia que alguien o algún grupo quiere mantener en secreto, o sin que la gente lo sepa, siendo de interés para la comunidad".

Lo diferenció del reportaje puramente informativo y del interpretativo, aunque consideró que en este último hay investigación, pero con la diferencia de que el periodista no tiene que vencer obstáculos para conseguir la información.

El Seminario concluyó con un Foro sobre la factibilidad de investigación periodística en Venezuela que se realizó en el auditorio del Colegio Nacional de Periodistas el día 23 de mayo.

Intervinieron además del profesor Day del periodista Migdail, Eleazar Díaz Rangel, Bernardo Fisher, Leopoldo Linares, Gilberto Alcalá y Marianella Salazar. En el mismo se analizó la situación de los medios de comunicación en Venezuela, la estructura empresarial de los mismos y sus vinculaciones con otras empresas, la relación gobierno-empresas de comunicación, las limitaciones a la libertad de informar, la situación del periodista dentro de estos engranajes, etc. Se

concluyó en que las dificultades que se le presentan al profesional de la comunicación en nuestro país para ejercer la investigación periodística hacen, si no imposible, prácticamente nulo ese esfuerzo.

## PRIMER SEMINARIO SOBRE NUEVAS TECNOLOGÍAS INFORMÁTICA Y PERIODISMO

Los periodistas y expertos convocados con motivo del primer Seminario Sobre Nuevas Tecnologías, informática y Periodismo, organizado por la Federación Latinoamericana de Periodistas (Felap), la Oficina Intergubernamental para la Informática (IBI) y el Centro Regional para América Latina y el Caribe (Crealc) en la Ciudad de México, del 21 al 24 de abril de 1986 declaran:

1.- Las nuevas tecnologías de la información y la comunicación constituyen un nuevo momento político y cultural en la realidad de América Latina. Su acelerado desarrollo está impactando en importantes sectores de la soberanía nacional, la economía, la educación y la vida cotidiana sin que aun se hayan creado políticas nacionales, sólidas e imaginativas, para incorporar los aspectos positivos de estas tecnologías y resguardarse de las ampliaciones de la dependencia que ellas generan. Es una nueva situación a la cual los periodistas no pueden ser indiferentes, tanto por las consecuencias sociales que derivan de la implantación de estas nuevas tecnologías, como por el impacto específico que ellas están teniendo en el campo del periodismo y la comunicación.

2.- El desarrollo de las nuevas tecnologías de la telecomunicación, la electrónica y la informática han puesto en evidencia con mayor profundidad la brecha que separa el crecimiento entre los países industrialmente avanzados y los países con economías dependientes. Más del 90 por ciento de los volúmenes económicos generados por ventas de tecnologías, servicio y patentes se concentra en un grupo de países industrializados, en particular en Estados Unidos, y en unas pocas pero poderosas corporaciones transnacionales. Eso significa, para muchos, que la informática porta un nuevo rostro del imperialismo y el neo-colonialismo. Este campo del desarrollo industrial ha hecho que los postulados por un nuevo orden económico y un nuevo orden informativo de tipo internacional, sean más coincidentes y sus demandas más urgentes.

3.- La nueva realidad gestada por la tecnología informática en sus diversas ramas plantea el desafío de ser imaginativos y atentos para rechazar los virus de dependencia y colonialismo que ella pueda portar. Desde esa perspectiva los periodistas debemos abrirnos a conocer toda la potencialidad de estas nuevas tecnologías para buscar y construir la verdad; para fortalecer un mensaje capaz de dar cuenta de las situaciones que se viven en nuestros países, especialmente de aquellas vigentes en los sectores más postergados. Las computadoras pueden ser recuperadas para un uso a partir de nuestras necesidades, de nuestras concepciones de desarrollo; de una visión propia de crecimiento solidario y democrático. Se trata de dar a estas nuevas tecnologías el carácter de una "innovación social" determinada por nuestro propio humanismo.

4.- Diversas experiencias de los últimos años demuestran que las nuevas tecnologías de la computación y la informática han servido para desplazar trabajadores y crear desempleo. Esta situación obliga a los periodistas latinoamericanos a estar atentos y vigilantes en los cambios de la producción industrial, informativa que puedan ir en contra de los trabajadores de la comunicación. Pero a la vez, es necesario explorar todos los nuevos campos de acción periodística que las nuevas tecnologías informáticas están creando y crearán en el futuro. Detrás de cada uno de estos escenarios de acumulación; procesamiento y distribución de la información aparece sobre los hechos y la actualidad. Esa dimensión profesional es, por esencia, la del periodista. Nos esforzaremos porque el periodista participe desde un principio en todo proceso de innovación tecnológica, pues el periodista es el factor original e imprescindible del periodismo.

5.- Los cambios que se plantean en la realidad latinoamericana y mundial como consecuencia del desarrollo de la informática, obligan a pensar en cuatro campos de nueva formación para el periodista:

a.- Aprender una relación fluida y constante con las herramientas de la informática; especialmente con las bases de datos entendidas como nuevas oportunidades para buscar informa-

A partir de esa asesoría los grupos aprenden a identificar sus propios valores frente a los valores que presentan los medios de comunicación.

La UCBC prepara los coordinadores para servir a las comunidades como aplicadores del proyecto. Desde 1980 ese proyecto ha realizado ya 95 seminarios en todo el Brasil.

### 3. CONSULTAS DE COMUNICACION Y TEOLOGIA

Ya se realizaron 3 consultas a nivel nacional que reúnen a teólogos y comunicadores. Entre los teólogos que han participado, más conocidos, se encuentran Leonardo Boff y Hugo Assmann. El objetivo de esas consultas es iniciar la reflexión sobre la estrecha vinculación entre comunicación y evangelización como lo señala el documento de Puebla. No hay evangelización liberadora si no hay comunicación liberadora. Considerando que una evangelización liberadora sólo es posible si se utiliza una comunicación democrática y horizontal.

### 4. REUNION DE ESCUELAS CONFESIONALES DE COMUNICACION

En Brasil existen 63 escuelas superiores de comunicación. De entre ellas 2 son metodistas y 10 católicas. Esas escuelas se definen como específicamente cristianas y la UCBC quiere reagruparlas para reflexionar su acción. Ya se realizaron 5 encuentros en ese sentido.

— La tendencia de los alumnos se está volviendo cada vez más a la **comunicación alternativa** como objeto de estudio y práctica. Como ejemplo de actividades de los estudiantes están los llamados **núcleos de memoria** como el del ABC (Santo André, Sao Bernardo y Sao Caetano) en Sao Paulo, afiliado al Instituto Metodista. Profesores y alumnos trabajan a partir de un método de comunicación participativa en la recuperación de la memoria popular que son grabados en video y radio y también reproducidos en cuentos populares. Se considera como **memoria popular** la historia de las luchas populares en sus calles o barrios, y el avance en el proceso de organización y reivindicación.

Entre los colaboradores de la UCBC además de un sinnúmero de comunicadores populares se encuentran los obispos Pedro Casaldáliga, Paulo Evaristo Arns, Tomás Balduino, José María Pires, Helder Cámara y el teólogo Leonardo Boff.

Con la implementación de esos cuatro proyectos, la U.C.B.C. se convierte hoy en el más importante organismo cristiano de Comunicación Social en el país, y que basa sus actividades en el esfuerzo por la unidad de todos los individuos e instituciones que buscan una comunicación liberadora, democrática y anticapitalista.

---

# Comunicación y cultura

PIDALA A:



LA COMUNICACIÓN MASIVA EN EL  
PROCESO POLÍTICO LATINOAMERICANO



Universidad Autónoma Metropolitana—Xochimilco

División de Ciencias Sociales y Humanidades

Como siempre al tiempo. Calzada del Hueso 1100 — México, 22, D.F. — Teléfono 594-78-33 — Ext. 128

FUNDA RTE



Concejo Municipal y Gobernación del Distrito Federal

# FONDO EDITORIAL FUNDA RTE

*Ya están a la venta*

*los últimos títulos*

*del Fondo Editorial*

*Ensayos Sobre Vicente Gerbasi*  
*de Ludovico Silva*

*La Historia que no nos contaron (Teatro)*  
*de Carlos Pérez Ariza*

*Una Cáscara de Cierta Espesor (Poesía)*  
*de Juan Calzadilla*

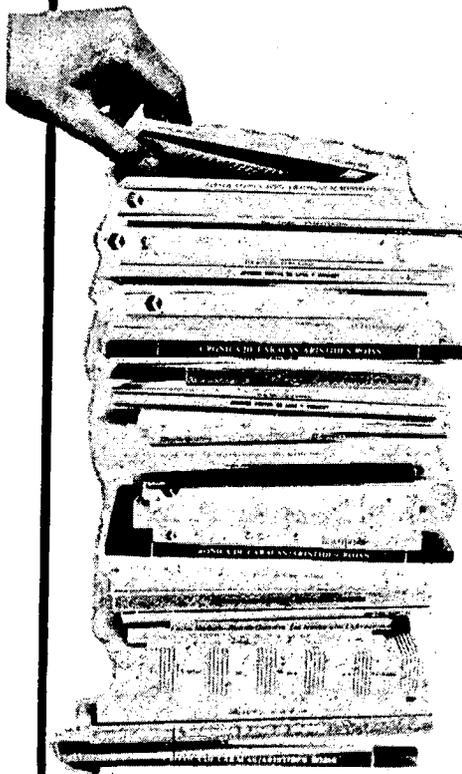
*Correo del Corazón (Poesía)*  
*de Yolanda Pantin*

*Antología de la Poesía*  
*de José Barroeta*

*Antología: Nuevos Narradores del D.F.*  
*de Oscar Rodríguez Ortiz*

*Cuerpo (Poemas)*  
*de María Auxiliadora Alvarez*

*Teatro*  
*de Ugo Ulive*



**HACIA LA SEMANA DE CARACAS '86  
DEL 20 AL 27 DE JULIO**

# Estudiante, Profesor:

# ontej

## es una forma de vivir

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

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

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

El Carnet ONTEJ, además de sus ventajas intrínsecas,

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

El carnet ONTEJ permite obtener:

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

con recreación dirigida.

\*Rebajas en tiendas y comercios afiliados.

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



etc



ORGANIZACION NACIONAL DE TURISMO ESTUDIANTIL Y JUVENIL

Para información, acuda a las oficinas de ONTEJ.

**CARACAS:** Parque Central Telf.: 573 37.22. Universidad Central de Venezuela Telf.: 662.79.15. Universidad Simón Bolívar Telf.: 962.13.01/00 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:** Cabe Vargas Edif. Don Payo Telf.: 56.049 81.208. **CUMANÁ:** Universidad de Oriente Telf.: 66.11.72 66.11.57. **PUERTO LA CRUZ:** Universidad de Oriente Telf.: 66.03.53. **PORLAMAR:** Calle Tabares Ota. Doña Gloria Telf.: 61.40.33. **MÉRIDA:** Universidad de Los Andes Telf.: 52.86.93 52.87.64. **SAN CRISTOBAL:** Universidad Nacional Experimental Tachira 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.

## RESUMENES BIBLIOGRAFICOS sobre COMUNICACION, EDUCACION y CULTURA POPULARES



- Recoge más de mil documentos teóricos, metodológicos y prácticos.
- Facilita al lector el acceso y selección del material, a través de reseñas bibliográficas y resúmenes de contenido de cada documento.
- Un nuevo trabajo del Departamento de Investigación de CIESPAL.

El precio de los tres tomos: US\$ 10

El precio unitario: Comunicación Popular US\$ 4  
Educación Popular US\$ 4  
Cultura Popular US\$ 4

LOS INTERESADOS PUEDEN ESCRIBIR A:

CIESPAL  
Av. Diego de Almagro y Andrade Marín  
Casilla 584  
Quito - Ecuador



## USLAR PIETRI CON EL IPASME

El conocido escritor venezolano Arturo Uslar Pietri integrará un Consejo Consultivo que asesorará en sus actividades literarias al FONDO EDITORIAL IPASME. El autor de "Lanzas Coloradas" aceptó igualmente escribir el prólogo del Proyecto de Educación Nacional, que será editado por el mencionado organismo, insistiendo en que "aplicaré las viejas experiencias de cuando me desempeñé como Ministro de Educación". En la gráfica tomada en la residencia del escritor se encuentran de izquierda a derecha el doctor Juan Antonio Aldazoro, Coordinador de Direcciones del IPASME; Ramón Ríos Figuera, de la Secretaría Ejecutiva de la Comisión Presidencial de Educación; licenciado Freddy Rincón, del Fondo Editorial IPASME; el doctor Uslar Pietri; el doctor Pablo Bolaños, Presidente del IPASME; profesor Darío Laguna, Presidente del Fondo Editorial y el doctor Manuel Perales, también del Fondo Editorial.

# SUMARIO

PRESENTACION .....	3
<b>ESTUDIOS: REDES INTERMEDIAS Y LOCALES</b>	
• Por un Périodismo Comunitario .....	5
• El Desarrollo de la Prensa Regional .....	15
• Un Día en la Prensa de Provincia .....	23
• La Publicidad en la Prensa de Provincia .....	30
• Niños Cantores TV: Crónica de un Conflicto .....	36
• Radio Occidente: Modelo de Radiodifusión al servicio del Desarrollo .....	42
• Tele-Boconó: ¿Una Experiencia de TV Alternativa y Regional? .....	47
• Una experiencia experimental de TV: SET .....	58
• El periódico vecinal como entrada a la comunicación popular .....	63
<b>DOCUMENTOS</b>	
• Libertad de Expresión: un mundo de medias verdades .....	69
• Red Iberoamericana de Revistas de Comunicación y Cultura .....	73
• Educación, Comunicación e Informática: Conclusiones del Seminario Latinoamericano (Caracas, 20-23 Octubre, 1986) .....	76
• Rafael Naranjo Osty o la pasión del derecho .....	78
• Los Acuerdos de la VI Convención del CNP .....	80
GUIA BIBLIOGRAFICA .....	85
INFORMACIONES .....	87



Revista **COMUNICACION**  
Centro Gumilla  
Edificio Centro Valores, Local 2  
Esquina Luneta  
Apartado 4838. CARACAS 1010-A  
Telf. 563.5096  
VENEZUELA

Bs. 30,00