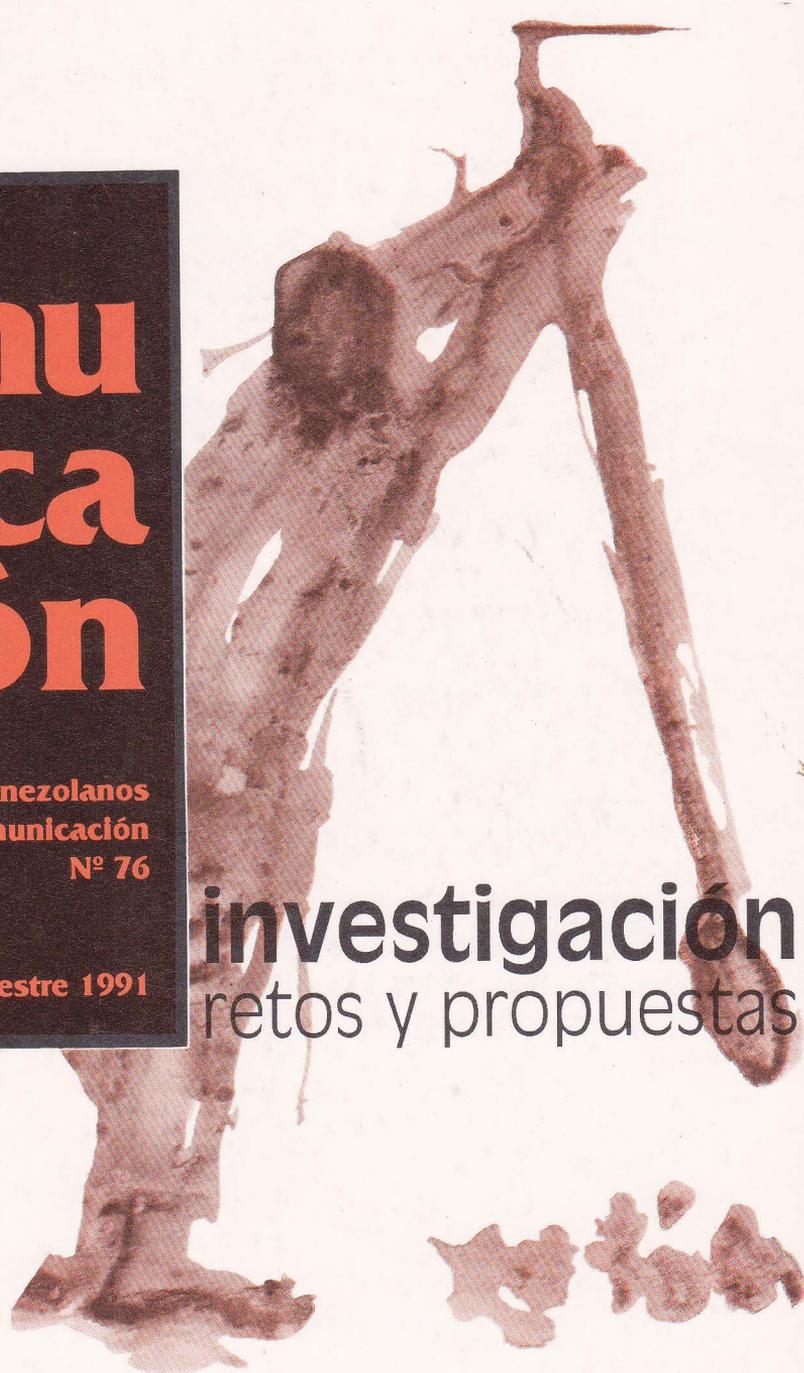


comu nica ción

estudios venezolanos
de comunicación
Nº 76

Cuarto trimestre 1991



investigación
retos y propuestas

Comunicación

ESTUDIOS VENEZOLANOS DE COMUNICACION PERSPECTIVA CRITICA Y ALTERNATIVA

Integrante de la Red Iberoamericana de
Revistas de Comunicación y Cultura

EQUIPO COMUNICACION

Jesús María Aguirre
Marcelino Bisbal
José Ignacio Rey
Francisco Tremonti
Carlos Correa
Gustavo Hernández

COLABORADORES

Caroline Oteyza
Berta Brito
Maritza Guaderrama
Juan Barreto
Mauricio Hernández
Martha Aguirre

DIAGRAMACION Y MONTAJE

Rodolfo Núñez

COMPOSICION DE TEXTOS

María Lúquez

PUBLICIDAD Y RELACIONES PUBLICAS

Carol Carrero Marrero

DISTRIBUCION

José María Salegui

IMPRESION

Gráficas León, S.R.L.

SUSCRIPCION (4 NUMEROS AL AÑO)

Venezuela:	Bs. 500,00	(Vía aérea)
Extranjero:	US\$ 14,00	(Vía superficie)
América:	US\$ 26,00	(Vía aérea)
Europa y resto del mundo	US\$ 30,00	(Vía aérea)

ENVIE SU PAGO A

CENTRO GUMILLA

Edificio Centro Valores, Local 2
Esquina de la Luneta - Altigracia

Apartado 4838 - CARACAS 1010-A - Venezuela

DEPOSITO LEGAL

pp 76-1331

Tel: 563-50-96 / 60-96

SUMARIO

2 PRESENTACION

4 La tematización de las comunicaciones en América Latina
Carlos Catalán / Guillermo Sunkel

27 Nuevos Desafíos para la Investigación de la Comunicación
en la década del '90
Eida Morales / Migdalia Pineda / América Rincón

43 La investigación latinoamericana sobre medios masivos
e industrias culturales
Raúl Fuentes Navarro

52 Investigación comunicacional en Venezuela.
Diagnóstico y prioridades
Mesa Redonda Equipo Comunicación

68 Los desafíos de la investigación frente a las prácticas
en el universo de las comunicaciones
Elizabeth Safar G.

DOCUMENTOS

79 Queremos una Ley de Cine. Queremos una gran Radio-TV
de servicio público

84 Las nuevas tecnologías obligan a redimensionar el papel del periodista
Marta Aguirre

90 GUIA BIBLIOGRAFICA

94 INFORMACIONES

Nº 76

Cuarto Trimestre 1991

PRESENTACION

La década del 80 ha sido para los investigadores venezolanos el del derrumbe de las expectativas. El sueño del Nuevo Orden Internacional de la Información y de la Comunicación, los proyectos de Políticas Nacionales de Comunicación, y el fervor inicial de la Comunicación Alternativa se han ido al traste por la presión ejercida por una hegemonía transnacional sin el contrapeso del bloque socialista o cierta neutralización del eje tercermundista. El enunciado simbólico de "un sólo mundo: voces múltiples" - punto de inflexión del Informe Mc. Bride - se ha transfigurado en "un sólo mundo: unísono y transnacional". Y ello, a pesar de la implosión de los nacionalismos más exacerbados.

Este nuevo cuadro internacional ha obligado a los Estados a revertir las políticas comunicacionales, ahora volcadas hacia la liberalización, y a los investigadores a repensar su rol en este nuevo panorama, antes de plegarse irremisiblemente a cualquier oficio para sobrevivir. Los nuevos actores transnacionales, articulados también con los oligopolios venezolanos, dejan pocos espacios para imaginar utopías en las universidades, definir identidades en las instancias públicas o fomentar alternativas en la dinámica cotidiana.

Uno de los indicadores más notables de este estrechamiento del horizonte es el documento del Consejo Consultivo de la Presidencia de la República, designado para sacar al país del atolladero al que le han llevado las políticas de shock económico. La breve sección dedicada a Comunicación Social se reduce a sugerir el abastecimiento de papel para periódicos, la liberalización de concesiones de frecuencias de radio y tv. y el mejoramiento de los programas radiotelevisivos.

En este contexto de reducción de expectativas, amén de responder a las demandas investigativas del mercado, nos preguntamos si no hay reclamos o necesidades perentorias de la población para convocar a los investigadores a buscar respuestas o si acaso se agotaron los resortes morales de expertos y académicos para reanudar la misión permanente de profundizar la democracia comunicativa.

El hilo conductor del presente número, que reúne las firmas de reconocidos investigadores de Latinoamérica y Venezuela, no es tanto el del

diagnóstico del pasado sino el de la apertura a la cuestión crucial de qué proyectos pueden reanimar la acción investigativa en este tramo confuso. El número está concebido como una mesa redonda extendida más allá de las fronteras de Venezuela. Un panel del Equipo de la Revista modula algunas de las propuestas en el contexto venezolano.

Esperamos que este foro entre Venezuela y otros países latinoamericanos sirva para reavivar rescoldos aún prendidos y renovar el quehacer comunicacional al servicio de la comunidad latinoamericana.

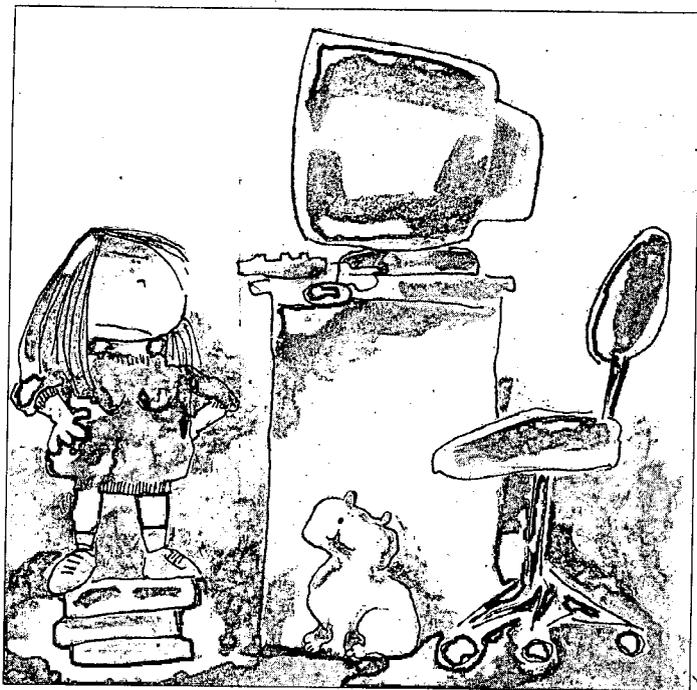
LA TEMATIZACION DE LAS COMUNICACIONES EN AMERICA LATINA

**Carlos Catalán
Guillermo Sunkel**

Este trabajo da cuenta de las tendencias actuales en los análisis de la comunicación en América Latina a la luz de las transformaciones de los sistemas comunicativos en la década del '80. Primeramente, se examina el itinerario conceptual de los estudios de la comunicación, dando cuenta de sus diferentes "momentos" y de los paradigmas que tendían a prevalecer. Posteriormente, se analizan las principales tendencias que se desarrollaron en la década del '80, en un contexto de "crisis de paradigmas".

1. LOS PARADIGMAS EN PERSPECTIVA

Interesa trazar un breve panorama histórico de los estudios de la comunicación en América Latina a partir de las grandes ideas que presidieron su desarrollo. Para comenzar, quisiéramos plantear dos hipótesis respecto a este itinerario conceptual. La primera es que, desde sus inicios hacia fines de los años '50, los estudios de la comunicación en América Latina han tenido un alto grado de politización e ideologización. La politización de estos estudios — que, como veremos, sólo viene a modificarse en la década del '80 en un contexto de "crisis" de los paradigmas globales— deviene de su relación particular con los procesos políticos del continente en las últimas décadas. Específicamente, esta politización resulta de la estrecha vinculación de estos estudios con los procesos de transformación social, los modelos de desarrollo



y las propuestas políticas de cambio estructural. Por otra parte, la politización de estos estudios también deviene de una concepción particular del rol del intelectual imperante en América Latina —especialmente en las décadas del '60 y '70— que enfatizaba el compromiso con los procesos de cambio social y la necesidad de poner el conocimiento intelectual al servicio de estos cambios.

La segunda hipótesis que aquí se sostiene es que el inicio de los estudios de la comunicación en América Latina estuvo marcado por la existencia de modelos teóricos extranjeros. Los procesos de comunicación en América Latina fueron pensados, especialmente en las décadas del '60 y a comienzos de los años '70, con categorías e instrumentos conceptuales provenientes de otras realidades. Como veremos, esta "dependencia" conceptual sólo viene a alterarse a mediados de los años '70, cuando se intenta construir un nuevo paradigma de la comunicación a partir de la propia realidad latinoamericana.

En lo que se refiere al itinerario conceptual de los estudios de la comunicación en América Latina podemos distinguir tres "momentos" diferentes en los que un determinado paradigma teórico tiende a prevalecer. Existe un cuarto "momento", la década del '80, que no puede ser caracterizado a partir de un determinado paradigma teórico.

Los estudios de la comunicación en América Latina se iniciaron a comienzos de la década del '60 bajo la influencia de ciertas teorías norteamericanas sobre la comunicación. En este primer momento, que podríamos llamar **funcionalista**, predominan dos tipos de enfoques en la literatura latinoamericana: la orientación hacia efectos y el modelo de difusión de innovaciones tecnológicas. La orientación hacia efectos fue un momento importante de lo que se ha venido a denominar la **Communication Research**, desarrollada en Estados Unidos en el período de post-guerra por investigadores tales como H. Laswell, R. Merton, Lazarsfeld y otros. Esta perspectiva centra el análisis del proceso de comunicación en los efectos que los medios tienen sobre los receptores. En una breve caracterización, se podría sugerir que esta perspectiva descansa sobre tres supuestos básicos. En primer lugar, como lo ha señalado L. Ramiro Beltrán, el modelo:

"implica una concepción vertical, unidireccional y no procesal de la naturaleza de la comunicación. Definitivamente, omite el contexto social. Al hacer de los efectos sobre el receptor la cuestión capital, concentra en él la atención de la investigación y favorece al comunicador como un poseedor incuestionado del poder de persuasión unilateral" (1).

Esta concepción "vertical y unidireccional" del proceso de comunicación descansa en un segundo supuesto. Esta es que el público de los medios está compuesto por individuos aislados e indefensos que constituyen una "masa amorfa". Esta noción de público —como una colección de individuos aislados que constituyen una "masa amorfa"— fue claramente tomada de la teoría de la "sociedad de masas" y de la "cultura de masas" que en esa época comenzaba a tomar forma en los Estados Unidos. El tercer supuesto es "que los medios masivos de comunicación eran prácticamente omnipotentes, teniendo la capacidad de manejar a voluntad el comportamiento de la gente" (2). De esta manera, la orientación hacia los efectos atribuye a los medios un significativo poder de persuasión sobre la "masa". Se pensaba que los medios masivos tenían efectos directos sobre la conducta de la gente y que, en definitiva, ésta podía ser "manipulada" directamente a través de los medios.

El análisis de la comunicación e términos de efectos pronto se plantea el problema práctico de cómo producir determinados efectos en el público. Por esta vía el "análisis de los efectos" pasa a ser parte de una "ciencia de la persuasión al servicio del ajuste social": una ciencia con un claro sesgo en favor del status quo, cuyo propósito básico era producir conformidad (3). La aplicación de esta "ciencia" en América Latina algunos años después también se pone al servicio de una determinada concepción política. Pero esta vez en el

contexto de lo que se vino a denominar el "sub-desarrollo" (4).

En este nuevo contexto la perspectiva del **Communication Research** se combina con otro enfoque que también tuvo una fuerte influencia en los estudios iniciales de la comunicación en América Latina. Este es el modelo de difusión de innovaciones, el que contenía una serie de supuestos sobre el sub-desarrollo, el desarrollo y la relación entre comunicación y modernización. En este modelo "sub-desarrollo" significaba básicamente "atraso" o "carencia". Entonces, si

"el tema era el atraso, la falta de información para pasar a la era moderna, de lo que se trataba era de buscar soluciones a través de la educación. Una educación para el desarrollo y, ¿qué es educar para el desarrollo? Es, ante todo, alfabetizar; en segundo lugar, enseñar a usar la tierra, a cultivar, en el caso de América Latina en que la inmensa mayoría de la población era campesina. Y ante el tercer problema que se constata, el de la explosión demográfica, enseñar a planificar la familia, enseñar a regular el nacimiento de los seres humanos para que estos puedan ser útiles al nuevo modelo de desarrollo que se les estaba planteando" (5).

Esta perspectiva de la educación como solución al problema del sub-desarrollo otorga a los medios de comunicación masiva un papel político fundamental: comunicar para el desarrollo (6). Los medios masivos debían ser usados para transmitir ciertos conocimientos que eran considerados necesarios para conseguir el desarrollo. Se podía buscar las formas adecuadas para que estos conocimientos tuvieran los "efectos" deseados pero los contenidos ya estaban definidos por un modelo que no era objeto de discusión. Se produce así una complementariedad entre la visión de los medios importada del **Communication Research** y la visión del proceso de desarrollo contenida en el modelo de difusión de innovaciones.

Es importante destacar que en este primer momento se da una estrecha relación entre teoría y práctica. Esto porque en el paradigma funcionalista los medios pasan a ser meros instrumentos para conseguir un objetivo preciso: la "realización" del modelo de desarrollo de acuerdo a las pautas capitalistas tradicionales.

El segundo momento en el desarrollo de los estudios de la comunicación en América Latina, que se podría denominar el **momento de la corriente crítica**, aparece en la segunda mitad de los años '60. Este momento se inicia con la "instalación" relativamente autónoma del enfoque semiológico en Brasil y Argentina. Sin embargo, el momento se desarrolla y tiene su auge con la hegemonía conseguida por el paradigma crítico en el que el estructuralismo

marxista y ciertas versiones de la teoría de la dependencia son aplicadas al campo de la comunicación. En este período el enfoque semiológico pierde su autonomía y se pone al servicio de la crítica ideológica.

La semiología constituye una primera respuesta a los estudios funcionalistas. Frente a un paradigma en el cual los medios se constituían en meros instrumentos para la transmisión de contenidos previamente elaborados, la semiología se plantea el problema de la materialidad de los mensajes. Específicamente, lo que el estudio "estructural de los mensajes" plantea es el tema del funcionamiento de los lenguajes masivos en la producción social de la significación. Pero a través de este tema lo que el análisis semiológico comienza a hacer visible es el problema de la ideología de la cual esos mensajes son portadores.

El enfoque semiológico llega a latinoamérica directamente de Europa (especialmente, desde Francia) y encuentra sus expresiones más desarrolladas en la crítica literaria brasilera (7) y en el análisis de los lenguajes masivos que se realizan en Argentina, donde incluso se funda una "Asociación Argentina de Semiótica" que publica la revista **Lenguajes** (8)). Cabe destacar que el enfoque semiológico posiblemente encuentra su mayor elaboración y desarrollo en los trabajos de Eliseo Verón

Sin embargo, como se ha señalado, el enfoque semiológico pronto pierde su autonomía y se pone al servicio de la corriente crítica que se desarrolla en Chile a fines de los años '60 desde donde ejerce influencia hacia el resto de América Latina. El principal exponente de esta corriente es Armand Mattelart quien en esos años dirige el Centro de Estudios de la Realidad Nacional (Ceren). En la configuración del paradigma crítico convergen dos tipos de orientaciones. Por una parte, el estructuralismo marxista que en esos años se desarrollaba en Europa bajo el nombre de Althusser. Por otra parte, una cierta versión de la teoría de la dependencia. A estas dos orientaciones se viene a sumar como método el enfoque semiológico.

La corriente crítica realiza una reflexión marxista de la comunicación en América Latina que echa mano a la "teoría de la ideología" formulada por Althusser. Simplificando, se podría sugerir que el supuesto básico de esta reflexión es que los medios de comunicación masiva constituyen "aparatos ideológicos" que representan los intereses de las clases dominantes. Aparatos de dominación cuyo papel principal consiste en transformar los intereses específicos de las clases dominantes (la oligarquía, la burguesía) en intereses generales de toda la sociedad. En definitiva, los medios son concebidos como aparatos que sirven para legitimar la estructura de dominación existente en las

sociedades latinoamericanas.

En los estudios de la corriente crítica la teoría althusseriana de la ideología sirve para darle una apariencia de cientificidad al estudio de la comunicación. Sin embargo, lo que efectivamente se hace es denunciar un determinado sistema de comunicaciones. En esta denuncia cumple un papel destacado una cierta versión de la "teoría de la dependencia" que está presente en los trabajos de André Gunter Frank, Theotonio dos Santos y Ruy Mauro Marini. En realidad, esta versión de la "teoría" no es más que una mera "aplicación" de la teoría del imperialismo, ya elaborado dentro del marxismo, a la situación latinoamericana. Aplicación por medio de la cual se busca denunciar el sistema de expansión y de acumulación de capital que se desarrolla a escala mundial.

El enfoque semiológico viene a ponerse al servicio de esta denuncia ideológica que recurre a la combinación entre teoría althusseriana de la ideología y versión marxista de la dependencia. De hecho, este enfoque pasa a operar como un método específico de análisis de mensajes y, por esa vía, como un método de crítica ideológica. Crítica que se amplía a los diversos géneros de la comunicación masiva: desde las historietas, (9) a las revistas del corazón (10) y a las noticias (11).

Finalmente cabe destacar que, al igual que en el "momento funcionalista", en este segundo momento de desarrollo de los estudios de la comunicación también se da una estrecha vinculación entre teoría y práctica. Ello porque en este momento los estudios de la comunicación se realizan en función directa de una práctica política. Más aún, ellos pasan a ser estrictamente funcionales a un determinado proyecto político.

Llegamos así al tercer momento, el **momento de las políticas nacionales de comunicación**. Este es un momento que comienza a desarrollarse a mediados de los años '70 en el contexto de las dictaduras militares de América del Sur y se vincula fundamentalmente con la propuesta para un nuevo orden internacional de la información. Este tercer momento se diferencia de los anteriores a lo menos en dos sentidos. Fundamentalmente, cabe destacar que en este tercer momento se realizan los primeros estudios de la comunicación en América Latina que no son una simple "aplicación" de modelos conceptuales elaborados previamente en otras realidades. En efecto, en este tercer momento se realiza el primer intento de construir un paradigma de la comunicación a partir de la propia realidad latinoamericana (y, más en general, de las realidades de los países del Tercer Mundo). Por otra parte, este tercer momento se diferencia de los anteriores porque en el intento de construcción de este

paradigma participan, además de científicos sociales, actores de la política y del mundo de las comunicaciones. Esto hace que, en este tercer momento, el tema de las comunicaciones se transforme más que nunca en tema de debate político.

El nuevo paradigma de la comunicación surge de un cierto diagnóstico del sistema informativo a nivel internacional y de las premisas sobre las que se sustenta. Se trata, en realidad, de un cuestionamiento que busca mostrar que el orden informativo internacional se basa en el desequilibrio informativo entre las naciones y en la dependencia cultural. A nivel de las premisas, el cuestionamiento se dirige fundamentalmente a las nociones de "libertad de información" y de "libre flujo de información". La crítica señala que el concepto de "libertad de información" se ha transformado en un "sinónimo de la libertad de que deben gozar los propietarios de los medios de comunicación para informar en la forma que lo estimen más conveniente" (12). En relación al concepto de "libre flujo de información" la crítica indica que a través de su aplicación práctica se busca defender "estructuras oligopólicas" y un "etnocentrismo unidireccional" (13). Las agencias internacionales de noticias son vistas como el ejemplo más claro de este "etnocentrismo unidireccional" y, además, como un primer "ejemplo" del fenómeno de la transnacionalización de las comunicaciones (14).

Del cuestionamiento del sistema internacional de la información —el que claramente hereda parte de la retórica que caracterizó a la corriente crítica— va a surgir la propuesta para un nuevo orden informativo así como la noción de políticas nacionales de comunicación. La propuesta para un Nuevo Orden Internacional de la Información se materializa a través del conocido **Informe MacBride**, que fue el resultado del trabajo realizado por una comisión de expertos a pedido de la Unesco (15). A nivel de principios, la propuesta señala básicamente la necesidad de los países subdesarrollados de avanzar hacia la "autodependencia informativa" de manera creativa, es decir, buscando nuevos criterios de selección y de presentación de las noticias. Se señala que de esta nueva práctica informativa —que debería basarse en la solidaridad de los países de la periferia— debería surgir también **la otra noticia**, como una afirmación de la independencia y la soberanía cultural de estos países. Pero en definitiva, el objetivo central de la propuesta es avanzar hacia una "democratización" efectiva del flujo informativo a nivel internacional. La idea de desarrollar políticas nacionales de comunicación es la otra cara de esta propuesta: es el intento por "democratizar" las comunicaciones en el plano interno de los países.

Mucho más que en el diagnóstico (el que simplemente reitera elementos de la retórica de la corriente crítica) e incluso que los contenidos de la propuesta (los que también son bastantes retóricos) la originalidad y el carácter renovador de este nuevo paradigma parecen encontrarse en los conceptos que justifican el afán democratizador. ¿En qué consiste esta renovación? En su prólogo al libro **Políticas Nacionales de Comunicación**, Peter Schenkel señala:

"A partir de la década del 70 comienza un cuestionamiento general... y viene a perfilarse un nuevo enfoque, un nuevo 'paradigma' de la comunicación. Este paradigma aún no se presenta como un edificio acabado, pero algunos de sus pilares más importantes son 'el derecho a la comunicación', 'la comunicación como recurso', 'la comunicación horizontal y participativa', 'la planificación de la comunicación' y 'el flujo equilibrado de noticias'. Son estos conceptos que confluyen hacia el final de la década pasada en el debate sobre un 'nuevo orden informativo mundial' con en el fondo dos grandes vertientes de postulados: 'La democratización de la comunicación en el plano interno de los países' y la 'democratización del flujo informativo a nivel internacional'" (16).

Según Schenkel, seis postulados configurarían los parámetros centrales de este "nuevo paradigma de la comunicación". Ellos son: la comunicación horizontal, la comunicación participativa, el derecho a la comunicación, las necesidades y recursos de la comunicación, los flujos equilibrados de información y la tarea promotora del Estado.

La tesis de "comunicación horizontal" se contrapone al concepto de comunicación—presente en los estudios funcionalistas—como un flujo vertical y unidireccional. Esta nueva tesis

"se basa en el concepto de la comunicación como un flujo bidireccional y horizontal donde el emisor es a la vez receptor y el receptor a la vez emisor. La masa ya no es un inerte receptor de los mensajes elaborados en la cúspide de la pirámide comunicacional, sino también es fuente creadora de información..." (17).

La tesis de la "comunicación participativa", muy ligada a la anterior, implica el involucramiento del público en la producción y en el manejo de los sistemas de comunicación. Más aún, implica el involucramiento del público "en los distintos niveles de producción, de toma de decisiones y de planeamiento" (18). El concepto de "derecho a la comunicación", ya presente en la Declaración de Derechos Humanos, significa "invertir al ser humano con una garantía poderosa para poderse desenvolver como protagonista activo y consciente" (19). La idea de "necesidades y recursos de la comunicación" implica que "en

base al derecho y las necesidades de comunicación el ser humano y particularmente los grupos sociales deben disponer de los recursos de comunicación necesarios para ejercer plenamente este derecho de comunicar sus necesidades" (20). La noción de "flujos equilibrados" apunta a una democratización de los sistemas de comunicación de acuerdo a estos postulados. Finalmente, se señala que "la traducción del nuevo paradigma de comunicación en una realidad viviente no se producirá por su solo, sino que tiene por requisito un papel activo del Estado" (21).

Este conjunto de postulados, desarrollados en la segunda mitad de la década del '70, sirvieron para crear ciertas agencias nacionales de noticias así como ciertos sistemas de coordinación entre estas agencias. Sin embargo, el nuevo paradigma de la comunicación —que emergía a fines de los años '70 como una esperanza romántica de que en América Latina se desarrollara el nuevo orden de la información— no se tradujo en "una realidad viviente" durante la década de los '80. Desde el punto de vista de los estudios se mantienen vigentes algunos conceptos del nuevo paradigma. Pero la utopía se hace pedazos y el paradigma entra en el contexto más generalizado de "crisis de paradigmas".

2. LA COMUNICACION EN LOS '80

Existe un claro paralelo entre los paradigmas que configuran el itinerario de los estudios de la comunicación en América Latina y los procesos políticos en los cuales éstos se desarrollaron. Es así que el primer momento, en el cual predominó el paradigma funcionalista, se desarrolló y fue funcional a los procesos de reforma que en esos años se vivían en el continente. El segundo momento, en el cual predominó el paradigma crítico, se desarrolló y fue estrictamente funcional a los proyectos revolucionarios que se desarrollaron hacia fines de la década del '60. Finalmente, el tercer momento, en el cual predominó el paradigma de las políticas nacionales de comunicación, se desarrolló en el contexto de las dictaduras militares y en gran medida operó como una contestación a la situación de autoritarismo que caracterizó a esos sistemas.

La década del '80 está marcada por los procesos de democratización, de concertación y de rearticulación de la sociedad civil en diversos países de la región. ¿Qué sucede en este nuevo contexto con el tema de la comunicación? Como tendencia general, se observa un proceso de profesionalización de los estudios de la comunicación que ha implicado la construcción de una

agenda temática especializada, el desarrollo de enfoques más neutrales y la recuperación de lo empírico. Este proceso de profesionalización ha implicado dejar de lado los paradigmas que estuvieron presentes en los estudios de la comunicación en décadas anteriores y, por tanto, un desplazamiento desde los estudios paradigmáticos a estudios que operan con teorías de rango medio.

En parte, el **proceso de profesionalización** es un intento por superar los reductivismos que caracterizaron a los estudios paradigmáticos. Pero sobre todo, es una respuesta a la creciente complejidad y protagonismo que ha asumido el campo de las comunicaciones. Complejidad y protagonismo por medio del cual se ha hecho evidente que éste debe ser considerado como un **campo específico** y no, como sucedía en muchos de los estudios paradigmáticos, como un epifenómeno (de la economía, de la política). Pero no sólo se ha hecho evidente la especificidad del campo. Este también se ha mostrado como un campo **especializado** que responde a la densidad cultural de las sociedades modernas. Todas estas evidencias han llevado a una especialización del debate y a una cierta redefinición del concepto de cultura. Es así que éste ya no es concebido exclusivamente en términos generales para referirse a todos los fenómenos de expresión de sentido —a la manera de “todo es cultura”— sino más bien para referirse a un campo específico y especializado en el que intervienen determinados aparatos, tecnologías, códigos, lenguajes, circuitos, etc. Finalmente, se observa también un proceso de redefinición de los vínculos que tradicionalmente se establecieron entre los estudios de comunicación y los procesos políticos. En particular, se observa que los estudios de la comunicación han dejado de estar subordinados a proyectos e ideologías políticas.

Esa es la tendencia general. En términos más específicos es posible distinguir un primer “momento” —los inicios de la década en que se mantienen vigentes algunos de los rasgos que constituyeron el “nuevo paradigma de la comunicación”. Estos rasgos van a confluir en el corriente alternativista. En la segunda mitad de la década se inicia otro momento en el que se busca asumir la complejidad de los sistemas de comunicación. El desafío viene a ser cómo articular modernización con democracia de manera que estos no sean términos excluyentes.

El “nuevo paradigma de la comunicación” claramente no se tradujo en una “realidad viviente” en la década de los '80. Pero dejó como saldo una serie de conceptos que orientaron la investigación a comienzos de la década dentro de lo que se podría denominar la corriente “alternativista”. De clara inspiración cristiana y, más precisamente, del radicalismo católico, la corriente alternativista

se constituyó en una contestación al autoritarismo de parte de quienes se encontraban en una situación de marginalidad y de exclusión. Echando mano a conceptos tales como el de "comunicación horizontal" y "comunicación participativa" esta corriente intenta constituir "espacios de libertad" que sean alternativos a la industria y a la cultura de masas. Bajo el rótulo de la "investigación para la acción" esta corriente se propone diseñar y poner en marcha proyectos de "comunicación alternativa". Las radios populares, los boletines poblacionales, sindicales o de Iglesia y cualquier otro tipo de "micromedios" se constituyen en experiencias de comunicación alternativa, de esa otra comunicación en la que todos son emisores y receptores a la vez, esa comunicación que altera el concepto dominante de noticias para entregar información "auténticamente" popular, esa comunicación que expresa una sensibilidad diferente que capta experiencias y realidades a través de nuevos registros (22).

La comunicación alternativa fue el último refugio en el que se escondió la esperanza —y la utopía— de esa otra comunicación. Del nivel macro, es decir, de la propuesta de transformación del sistema mundial de la información, la esperanza se vino a refugiar en lo micro. El espacio de lo cotidiano, de lo territorial, de lo micro y de lo popular pasa a ser visto como el terreno más fértil para transformar el sueño en "realidad viviente". De ahí que se produce una exaltación de lo local-popular en tanto espacio que se sitúa en la marginalidad, es decir, fuera del sistema y, por consiguiente, en tanto espacio que contiene las semillas de esa otra comunicación. Se trata de darle "voz a los sin voz" pero también de rescatar una otra sensibilidad. Sin embargo, la utopía de la comunicación alternativa nuevamente se hace pedazos.

La reflexión que acompañó las prácticas de "comunicación alternativa" deja —para la investigación en comunicaciones— un cierto saldo positivo. Desde el punto de vista temático, esta reflexión viene a poner en la agencia ciertos elementos que no habían estado presentes anteriormente. En particular, plantea los temas de las prácticas de comunicación y de la vida cotidiana así como los temas de lo local, lo territorial y lo micro. Además, plantea el tema de la cultura popular y de las prácticas de comunicación en la cultura popular (23).

Es necesario destacar, sin embargo, que aún cuando la corriente alternativista dejó un saldo positivo para la investigación, en ella todavía está presente un paradigma totalizador con un carácter marcadamente reductivista que intenta ordenar el tema de la comunicación en torno a un determinado eje. Desde el punto de la formulación de políticas esta continuidad reductivista

representa un claro peligro. El peligro consiste en proponer la alternatividad (a la industria cultural, a la cultura de masas) como eje fundamental de una política de comunicaciones.

La corriente alternativista tuvo un carácter dominante al inicio de la década. Sin embargo, en esos años ya comienzan a emerger una serie de estudios más fragmentarios, de carácter no paradigmático que comienzan a dar testimonio del agotamiento del reduccionismo. Tomando el caso Chileno, se pueden mencionar una serie de estudios realizados a comienzos de la década que avanzan hacia una caracterización del sistema comunicativo autoritario (24). Posteriormente, la atención se traslada a los cambios producidos dentro del sistema comunicativo. En particular, se inicia el levantamiento "cartográfico" de los cambios en las formas de producción y en los circuitos de transmisión de los mercados de bienes simbólicos (25). En esos años resurge también la preocupación por las políticas de comunicación en gran parte como una anticipación al proceso de transición democrática (26).

La tendencia a los estudios especializados, fragmentarios y no paradigmáticos se acentúa notoriamente en la segunda mitad de la década de los '80. Estos estudios dan cuenta de una gran diversidad temática a través de la cual se asume la complejidad del campo de las comunicaciones. Por una parte, se sumen las dimensiones de lo micro social, de lo local, de lo cotidiano, de lo popular. Por otra parte, se asumen los fenómenos de la cultura de masas y de la industria cultural, con todas las transformaciones que se han producido en los últimos años. Esta complejidad se asume, además, de manera no paradigmática y con un fuerte énfasis en lo empírico.

Tres líneas de análisis, en las que se vienen desarrollando ciertas teorías de rango medio, de alguna manera representan esta tenencia. En primer lugar, un nuevo tipo de análisis de las culturas populares. Este es un análisis que ya no se basa —como sucedía con los estudios de la corriente alternativista— en la oposición entre cultura popular y cultura de masas (o comunicación popular y comunicación de masas), análisis que identificaban lo popular como el espacio de lo Otro, de las fuerzas de negación del sistema. Es, más bien, un tipo de análisis que busca indagar en las formas de constitución de lo popular al interior de la cultura de masas. J. Martín-Barbero, quien ha sido pionero en esta línea, señala:

"estamos descubriendo estos últimos años que lo popular no habla únicamente desde las culturas indígenas o las campesinas, sino también desde la trama espesa de los mestizajes y las deformaciones de lo urbano, de lo masivo. Que, al menos en América Latina, y contrariamente a las profecías de la implosión de lo social, las masas aún

contienen, en el doble sentido de controlar pero también de tener dentro, al pueblo. No podemos entonces pensar hoy lo popular... al margen del proceso histórico de constitución de lo masivo... No podemos seguir construyendo una crítica que desliga la masificación de la cultura del hecho político que genera la emergencia histórica de las masas y del contradictorio movimiento que allí produce la no-exterioridad de lo masivo a lo popular, su constituirse en uno de sus modos de existencia" (27).

Esta línea de análisis parte de una relectura del proceso histórico latinoamericano que relaciona el desarrollo de las culturas populares a las condiciones de existencia de la "sociedad de masas". Relación por medio de la cual se va a desarticular el mundo de lo popular en tanto espacio de lo otro para constituir a lo masivo en un nuevo modo de existencia de lo popular (28).

En segundo lugar, una línea de investigación sobre recepción de medios y consumo cultural, tema que ha estado casi totalmente ausente de los estudios de comunicación en la región. Esta línea viene a llenar un vacío que ha significado, en muchos casos, dejar de lado variables claves para comprender la complejidad cultural de nuestras sociedades y, muy particularmente, el fenómeno de la cultura de masas. El análisis busca incorporar la dimensión del consumo en un análisis más global del campo cultural. Pero su importancia va más allá del interés académico pues crecientemente se detecta la relevancia que adquieren los estudios sobre este tema en el plano de la formulación de políticas culturales. En particular, se advierte que un planteamiento democrático en este terreno implica superar creativamente las formulaciones meramente dirigistas y vincular orientaciones globales con demandas reales de una diversidad de segmentos de la población.

En estos últimos años se han realizado las primeras encuestas —y los primeros análisis— de consumo cultural en diversos países de la región. Este trabajo pionero ha sido coordinado por el Grupo de Políticas Culturales de Clacso (29). El análisis de consumo cultural sobre la base de encuestas ha indicado simultáneamente la necesidad de incorporar otras metodológicas de análisis para abordar el tema de la recepción, es decir, de la forma en que los públicos se apropian y usan los mensajes de la comunicación masiva. Más precisamente, este ha indicado la necesidad de utilizar metodologías de investigación más cualitativas para examinar cómo distintos segmentos del público masivo decodifican y re-semantizan los mensajes de la comunicación masiva. Los primeros análisis en esta línea ya comienzan a emerger (30).

Finalmente, está el análisis —y el debate— en torno a las políticas culturales. Este análisis parte, como los anteriores, del reconocimiento del papel decisivo que el campo cultural tiene en los procesos políticos y socio-

económicos. Parte asimismo de la distinción entre dos planos de la cultura: una microscópica, local, cotidiana, propia de la esfera privada; otra de carácter macrosocial, pública, donde la cultura es producida, transmitida y consumida. Se reconoce que el primer plano —el microscópico— escapa a cualquier intervención directa de diseño político y que, por tanto, el ámbito de la política cultural se encuentra en el segundo plano (31). Más aún, se reconoce que mediante políticas culturales no se obtienen desarrollos significativos en la cultura de una sociedad. Sin embargo, existen “políticas culturales específicas que sin determinar ellas solas algún desarrollo cultural significativo... sin embargo, pueden incidir (de manera más o menos directas o inmediatas) en esos desarrollos mediante la producción de efectos políticos pertinentes” (32). Por ejemplo, pueden “incidir en la propiedad de los medios de producción cultural; en la formación de los agentes culturales especializados, la circulación de los bienes culturales; en el consumo de ellos; en el almacenamiento o conservación de esos bienes; en su comercialización, etc.” (33).

El análisis parte de una discusión de los modelos de hacer políticas culturales en distintos países y situaciones socio-políticas (34). Pero, tal como en el caso del análisis del consumo, el interés va más allá de lo estrictamente académico pues se trata de pensar —en los contextos de redemocratización— en cómo incidir políticamente en el terreno de la cultura, lo cual pasa por imaginar los elementos de política cultura para la democracia. En este sentido, es necesario reconocer que cada uno de los paradigmas de la comunicación que estuvieron presentes en el desarrollo político latinoamericano de las últimas décadas suponía un determinado modelo de política cultural. Comunicación, para el desarrollo, comunicación y liberación, la otra comunicación fueron paradigmas que implicaban distintos modelos de política cultural. Sin embargo, estos distintos modelos tenían un elemento común. Implicaban una política dirigista, con un fuerte contenido valórico, que asignaba al Estado un rol protagónico. En estos distintos diseños de política cultural se sacaba al Estado de su neutralidad ética y se le asignaba un rol de afirmación de determinados valores culturales.

La situación cambia hacia fines de los '80. Quizás la gran ruptura en este campo que se ha avanzado hacia un cierto consenso (que ciertamente encuentra una serie de detractores) de que la democracia requiere una política cultural no dirigista. En esta política el rol del Estado se reduce a garantizar la pluralidad. Como lo señala J. J. Brunner:

“si se trata de definir el carácter general de una política cultural para la democracia, lo único que de ella puede postularse es que debe producir unos arreglos institucionales

básicos tales que permitan la expresión de los intereses sustantivos de los individuos y grupos que componen la sociedad. Dichos arreglos básicos no podrían otorgar, facilitar o promover la hegemonía cultural de un grupo... sino meramente crear un marco institucional de posibilidades a través del cual los individuos y los diversos grupos, tradiciones, etc. de la sociedad puedan materializar sus intereses culturales... con una mínima seguridad de que ese arreglo institucional garantizará que, dada la distribución de recursos... ninguno se verá eliminado o tendrá una expresión completamente inadecuada a su presencia en la sociedad" (35).

Se trata así de una política inevitablemente formal que busca crear estructuras de oportunidades e impedir que ellas sean objeto de cierre ideológico.

Como hemos señalado, esta posición encuentra una serie de detractores. Posiblemente, es a nivel de ciertos partidos políticos donde aún se encuentran modelos de política cultural claramente dirigistas. Sin embargo, la crítica más aguda al modelo formalista no se establece sobre la base de una política dirigista sino más bien sobre un cierto concepto de la identidad cultural. El concepto de cultura como "síntesis vital" y la proposición de que América Latina tiene una "síntesis cultural propia", completamente diferente a la de la modernidad europea; ha sido desarrollado por P. Morandé, siguiendo de cerca las reflexiones que se encuentran en el Documento de Puebla. La proposición de que América Latina tiene una identidad cultural propia "que ha enfrentado el advenimiento de la cultura urbano-industrial" es un llamado a defender esa identidad frente a la "amenaza" de la modernidad (36). Es también un intento de recuperar esa identidad que se encontraría en ciertos componentes cúltricos y de religiosidad popular así como en la "cultura de la oralidad". La política cultural que aquí se hace presente no es aquella que asigna al Estado un rol dirigista. Es más bien aquella que implica el rescate de las tradiciones contra la "amenaza" modernizante.

NOTAS

1. Ver: Beltrán, L.R., 1982, p. 107.
2. **Ibid.**
3. Esta tesis se desarrolla en el artículo de L.R. Beltrán op. cit.
4. Para una revisión de la literatura de la época ver el artículo de Merino Utreras, 1974.
5. Schmucler, 1989, p. 51. Quisiéramos destacar que aun cuando divergimos con algunas de las proposiciones formuladas por Schmucler, su trabajo nos ha sido de gran utilidad en la presente sección.
6. **Ibid.**
7. Para una discusión de la difusión del estructuralismo y la semiología en Brasil ver el trabajo

- de Haroldo de Campos, 1976.
8. Para el caso argentino y chileno ver el trabajo de Verón, 1975.
 9. Como ejemplo, ver el conocido libro de A. Mattelart y A. Dorfman **Para Leer el Pato Donald**.
 10. Ver: M. Mattelart (1970) y M. Piccini (1970).
 11. Ver: A. Mattelart, 1970.
 12. J. Somavía en el "Prólogo" a **La Información en el Nuevo Orden Internacional**, editado por F. Reyes Matta.
 13. Para un desarrollo de esta crítica ver el artículo de H. Schiller, 1977.
 14. Ver el artículo de Schiller y los otros que se incluyen en la IIª parte del libro **La Información en el Nuevo Orden Internacional**, la que está dedicada al tema de las agencias internacionales de noticias.
 15. Ver: S. MacBride **Un Solo Mundo, Voces Múltiples**, 1980.
 16. Ver "Prólogo" de P. Schenkel a Vv.aa. **Políticas Nacionales de Comunicación**, 1981.
 17. "Introducción" de P. Schenkel a **Políticas Nacionales de Comunicación**, p. 56.
 18. Documento de Unesco citado en P. Schenkel op. cit. p. 57.
 19. **Op. cit.** p. 58
 20. **Op. cit.** p. 59.
 21. **Op. cit.** p. 59.
 22. Ver los diversos artículos contenidos en el libro editado por F. Reyes Matta **Comunicación Alternativa y Búsquedas Democráticas**. 1983. También el volumen editado por M. Simpson **Comunicación Alternativa y Cambio Social en América Latina**, 1981.
 23. Para un desarrollo de estos temas ver el libro de VV.AA. **Comunicación y Culturas Populares en Latinoamérica**, el que contiene las ponencias presentadas al "Segundo seminario de la comisión de comunicación de Clacso" realizado en Buenos Aires en 1983.
 24. Ver, por ejemplo, el trabajo de G. Munizaga, P. Gutiérrez y A. Riquelme, 1985.
 25. Ver, por ejemplo, el trabajo de J.J. Brunner y C. Catalán, 1987.
 26. Ver, por ejemplo, el trabajo de B. Subercaseaux, 1986.
 27. J. Martín-Barbero, 1987, pp. 10-11.
 28. El desarrollo de esta línea se encuentra en los trabajos de J. Martín-Barbero. Ver, también, G. Sunkel, 1985.
 29. El análisis de la situación argentina se encuentra en O. Landi, A. Vacchieri y L. Quevedo, 1990. La situación mexicana está analizada en N. García-Canclini, M. Piccini y P. Saffa, 1990. La situación chilena en C. Catalán y G. Sunkel, 1990.
 30. Ver los trabajos de O. Landi (1987), de J. Martín-Barbero (1987) y de N. García-Canclini (1989).
 31. Ver, J. J. Brunner, 1988, p. 261.
 32. J.J. Brunner, p. 279.
 33. J.J. Brunner, p. 280.
 34. Ver el trabajo de J.J. Brunner "Modelos de hacer políticas culturales" que se encuentra en su libro **Un Espejo Trizado**. Ver también la colección de artículos sobre el tema editada por N. García-Canclini, 1987.
 35. J.J. Brunner **op. cit.** p. 375.
 36. Ver, P. Morandé 1980 y 1984.

BIBLIOGRAFIA

ASSMAN, H.

"Evaluación de algunos estudios latinoamericanos sobre comunicación masiva, con especial referencia a los escritos de Armand Mattelart", Documento presentado al Congreso Latinoamericano de Sociología, San José, Costa Rica, Escuela de la Comunicación Colectiva, 1974.

BELTRAN, L.R.

"Premisas, objetivos y métodos foráneos en la investigación sobre comunicación en América Latina" en M. de Moragas (ed). **Sociología de la Comunicación de Masas**, Editorial Gustavo Gili, Barcelona, 1982.

BRUNNER, J.J.

La Cultura Autoritaria en Chile, Flacso, Santiago, 1981. **Un Espejo Trizado. Ensayos sobre cultura y políticas culturales**, Flacso, Santiago, 1988.

BRUNNER, J.J.

"Ciencias Sociales y el tema de la cultura: notas para una agenda de investigación", Documento de trabajo, N° 332, abril 1987.

BRUNNER, J.J.

"Tradicionalismo y modernidad en la cultura latinoamericana", (en prensa), 1990.

BRUNNER, J.J.

Chile: Transformaciones Culturales y Modernidad, FLACSO, Santiago, 1989.

BRUNNER, J.J. Barrios A., y Catalán, C.

"Industria y mercados culturales en Chile: descripción y cuantificaciones", FLACSO, Documento de trabajo N° 359, Santiago, 1987.

BRUNNER, J.J. y Catalán, C.

CATALAN, C.

"Las ONG y la investigación

CATALAN, C. y MUNIZAGA, G.

CATALAN, C., GUILISASTI, R. y MUNIZAGA, G.

CATALAN, C., y SUNKEL, G.

DE CAMPOS, H.

FORD, A., RIVERA, J.B., y ROMANO, E.

GARCIA CANCLINI, N.

GARCIA CANCLINI, N. (ed.)

GARCIA CANCLINI, N.

en comunicaciones en Chile: una aproximación preliminar" VV.AA. **Una Puerta que se Abre. Los Organismos No Gubernamentales en la Cooperación al Desarrollo**, Taller de Cooperación al Desarrollo, Santiago.

"Políticas culturales estatales", CENECA, Santiago, 1986.

"Transformaciones del sistema cultural en Chile", CENECA, 1985.

"Consumo cultural en Chile: la elite, lo masivo y lo popular", Doc. de trabajo Nº 455, Flacso, Santiago, agosto 1990.

"Prolegómenos a la actividad estructuralista en Brasil: contexto de una especificidad" en revista *Lenguajes*, Año 2, Nº 3, abril de 1976, Buenos Aires.

Medios de Comunicación y Cultura Popular, Editorial Legasa, Buenos Aires, 1985.

"La política cultural en países en vías de desarrollo" en **Antropología y Políticas Culturales. Patrimonio e Identidad**, Ed. Rita Ceballos, Buenos Aires, 1989.

Políticas Culturales en América Latina, México, Grijalbo, 1987.

"Cultura transnacional y culturas populares. Bases teórico-metodológicas para la investigación" en García Canclini, N. y Roncagliolo, R. (Eds.) **Cultura Transnacional y Culturas**

- GARCIA CANCLINI, N.
- GARCIA CANCLINI, N., PICCINI, M. y SAFA, P.
- LANDI, O.
- LANDI, O., VACCHIERI, A., y QUEVEDO, L.
- MACBRIDE, S.
- MARTIN-BARBERO, J.
- MARTIN-BARBERO, J.
- MARTIN-BARBERO, J.
- MARTIN-BARBERO, J.
- Populares**, Instituto para América Latina (Ipal), Perú, 1988.
- Tijuana. La casa de toda la gente**, Inah Enah, Programa Cultural de las Fronteras, UAM-Iztalapa, Conalcuta, 1989.
- "El consumo cultural en la Ciudad de México", Escuela Nacional de Antropología e Historia, Universidad Autónoma Metropolitana, Junio 1990, (mimeo).
- "Mirando las noticias" en **El Discurso Político. Lenguajes y Acontecimientos**, Editorial Hachette, Buenos Aires, 1987.
- "Públicos y consumos culturales en Buenos Aires", Documento Cendes, N° 32, Buenos Aires, 1990.
- Un solo Mundo, Voces Múltiples. Comunicación e información en nuestro tiempo**, Unesco, París y Fondo de Cultura Económica, México, 1980.
- De los Medios a los Mediaciones**, Editorial Gustavo Gili, Barcelona, 1987.
- "Retos a la investigación de comunicación en América Latina", **Comunicación y Cultura**, N° 9, México, 1982.
- "Cultura popular y comunicación de masas" en **Materiales para la Comunicación Popular**, N° 3, Lima, 1984.
- "Memoria narrativa e industria cultural" en **Comunicación y Cultura**, N° 10, agos-

- MARTIN-BARBERO, J.
 "La telenovela en Colombia: televisión, melodrama y vida cotidiana" en **Diálogos de la Comunicación**, N° 17, junio de 1987, Perú.
- MATTELART, A.
 "Los medios de comunicación de masas: la ideología de la prensa liberal en Chile", en **Cuadernos de la Realidad Nacional**, N° 3, Santiago, 1970.
- MATTELART, A., CASTILLO, C., y CASTILLO, L.
La ideología de la Dominación en una Sociedad Dependiente: La respuesta ideológica de la clase dominante chilena al reformismo, Buenos Aires, Signos, 1970.
- MATTELART, A., y DORFMAN, A.
Para Leer el Pato Donald, Ediciones Universitarias de Valparaíso, Colección Aula Abierta, Valparaíso, 1971.
- MATTELART, M.
 "El nivel mítico de la prensa pseudo-amorosa" en **Cuadernos de la Realidad Nacional**, N° 3, 1970.
- MARINO UTRERAS, J.
 "La investigación científica de la comunicación en América Latina" en **Chasquí**, N° 5, 1974.
- METHOL FERRE, A.
 "Puebla: Evangelización y cultura. Dos perspectivas", CELAM, Bogotá, 1980.
- MORANDE, P.
Cultura y Modernización en América Latina, Cuadernos del Instituto de Sociología de la Universidad Católica, Santiago, 1984.
- MORANDE, P.
 "El concepto de cultura en la comprensión de la síntesis social". Manuscrito, 1980.
- MORANDE, P.
 "Problemas y perspectivas de la identidad cultural" en **El**

- MUNIZAGA, G. y RIVERA, A.
Mercurio, 14.10.90.
La Investigación en Comunicación Social en Chile, Desco, Lima, 1983.
- MUNIZAGA, G., GUTIERREZ, P., y RIQUELME, A.
 "Sistema de comunicación en Chile: proposiciones interpretativas y perspectivas democráticas", CENECA, 1985.
- MUNIZAGA, G.
 "Políticas de comunicación bajo regímenes autoritarios: el caso de Chile: en VV.AA. **Comunicación y Democracia en América Latina**, Desco-Clacso, Lima, 1982.
- MURARO, H.
 "Economía y comunicación: convergencia histórica e inventario de ideas". 1984, inédito.
- MURCIANO, M.
 "Nuevas demandas de investigación sobre comunicación internacional. Contexto teórico y político del Informe MacBride" en M. de Moragas (ed.) **Sociología de la Comunicación de Masas**, Editorial Gustavo Gili, Barcelona, 1982.
- PICCINI, M.
 "El cerco de las revistas de ídolos" en **Cuadernos de la Realidad Nacional**, Nº 3, 1970.
- PORTALES, D.
Poder Económico y Libertad de Expresión. La industria de la comunicación chilena en la democracia y el autoritarismo, Editorial Nueva Imagen, México, 1981.
- REYES MATTA, F. (ed.)
La información en el Nuevo Orden Internacional, Ilet, México, 1977.
- REYES MATTA, F. (ed.)
Comunicación Alternativa y Búsquedas Democráticas,

- RIVERA, J.B.
- SCHMUCLER, H.
- SALINAS, R.
- SCHILLER, H.
- SELA
- SELSER, G. y RONCAGLILO, R.
- SIMPSON, M.
- SUBERCASEAUX, B.
- SUNKEL, G.
- SUNKEL, G.
- Ilet, México, 1983.
- La Investigación en Comunicación Social en Argentina**, Desco, Lima, 1986.
- "De la revolución verde a la revolución informática" en C. Durán, F. Reyes Matta y C. Ruiz (Eds.) **La Prensa: del Autoritarismo a la Libertad**, Cerc-Ilet, Santiago, 1989.
- "Communication Policies: the case of Latin America", Institute of Latin American Studies, Stockholm, 1978.
- "La libre circulación de la información y la dominación mundial" en F. Reyes Matta (ed.) **La Información en el Nuevo Orden Internacional**, Ilet, México, 1977.
- Comunicación, Tecnología y Desarrollo**, Papeles del SELA N° 7, Ediciones de la Flor, Buenos Aires, 1987.
- Trampas de la Información y Neocolonialismo: las agencias de noticias frente a los países no alineados**, Ilet, México, 1979.
- Comunicación Alternativa y Cambio Social en América Latina**, UNAM, México, 1981.
- "El debate internacional sobre políticas culturales y democracia", CENECA, 1986.
- Razón y Pasión en la Prensa Popular. Un estudio sobre cultura popular, cultura de masas y cultura política**, Estudios Ilet, 1985.
- "La investigación sobre la prensa en Chile" en (F. Reyes Matta, C. Ruiz y G. Sunkel

VERON, E.

(eds.) **Investigación sobre la Prensa en Chile (1974-1984)**, Cerc-Ilet-Atkinson College, Santiago, 1986.

"ideología y comunicación de masas: la semantización de la violencia política" en E. Verón et. al., **Lenguaje y Comunicación Social**, Ediciones Nueva Visión, S.A.I.C., Buenos Aires, 1969.

VERON, E.

"Comunicación de masas y producción de ideología: acerca de la constitución del discurso burgués en la prensa semanal" en **Revista Latinoamericana de Sociología**, Nueva Epoca, Nº 1, 1974, Paidós.

VERON, E.

"Acerca de la producción social del conocimiento: el 'estructuralismo' y la semiología en la Argentina y Chile", en revista **Lenguajes**, Nº 1, 1975.

VV.A.A.

Políticas Nacionales de Comunicación, Impreso por Editorial Epoca, Colección Intiyan, Quito, 1981.

VV.AA.

Comunicación y Culturas Populares en Latinoamérica, Seminario del Consejo latinoamericano de Ciencias Sociales, Felafacs-Gustavo Gili, México, 1987.

NUEVOS DESAFIOS PARA LA INVESTIGACION DE LA COMUNICACION EN VENEZUELA EN LA DECADA DEL '90

Elda Morales
Migdalia Pineda
América Rincón

"Decimos, pues, que el hombre es un proceso, y precisamente el proceso de sus actos. Si pensamos en ello, veremos que la misma pregunta ¿QUE ES EL HOMBRE? no es una pregunta abstracta u "objetiva". Ha nacido porque hemos reflexionado acerca de nosotros mismos y acerca de los demás, y queremos saber, respecto de eso que hemos reflexionado y visto, que somos y qué podemos llegar a ser, si somos, realmente y dentro de qué límites "forjadores de nosotros mismos", de nuestra vida, de nuestro destino. Y eso queremos saberlo "hoy" en las condiciones dadas hoy, las de la vida "de hoy", y no de una vida cualquiera y de un hombre cualquiera."

GRAMSCI, Antonio. *Antología*.
Siglo XXI Editores, 1970. Pag. 437.

EL DESAFIO DE LA INVESTIGACION EN COMUNICACION: EL POR QUE DE LA REFLEXION TEORICA-EPISTEMOLOGICA

Es preciso modelar nuestra reflexión inspirada en esa viva y sugerente concepción del hombre escrita por Gramsci, la cual debe ilustrar el fin constructivo y creador de la investigación que hoy deben plantearse los teóricos comprometidos históricamente con la producción del saber en Ciencias Sociales.

Este Encuentro de Investigadores de la Comunicación hace posible organizar y expresar un discurso a favor de la comunicación como acto humano, como forma de expresión propia de ser del hombre, y no como proceso general al cual el hombre se somete por alguna mediación "natural o

tecnológica". La comunicación es la síntesis del conocimiento, de lo pensado, por lo tanto en ella germina una forma de transformar el mundo externo.

Lo que se propone es una nueva lectura de lo comunicacional, no cualquier lectura; o no es una reformulación de la problemática, es admitir que nos hemos equivocado en la definición del fenómeno comunicativo. Y esto ha ocurrido aún denunciando el proceso que niega la comunicación.

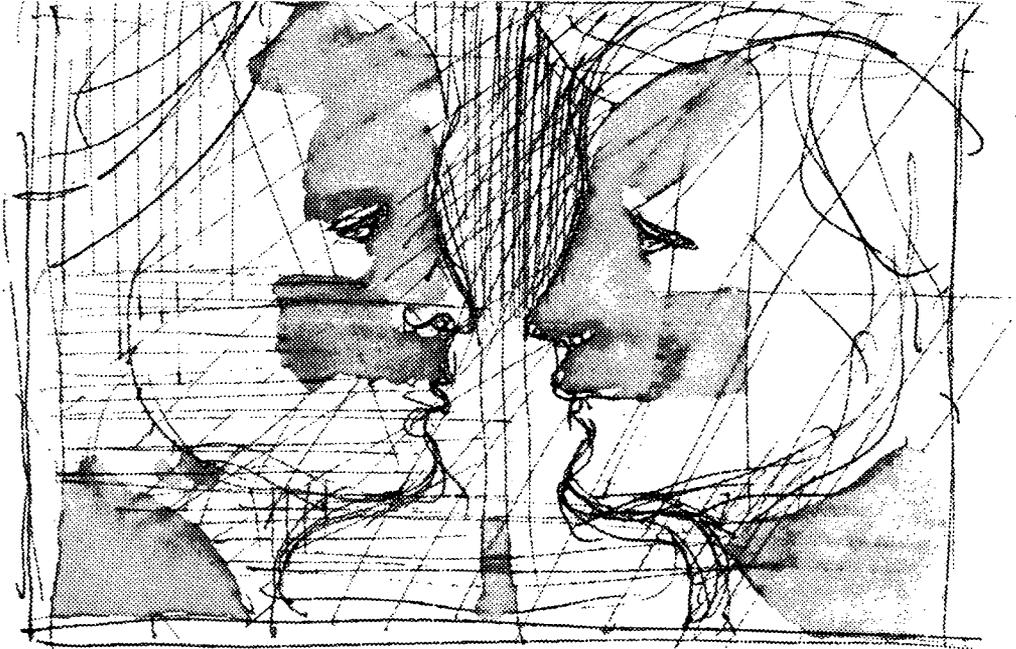
Desconocer la práctica investigativa que hoy nos ha permitido desmontar abiertamente el orden hegemónico establecido por los medios de difusión masiva, sería contradictorio. La lucha por la transparencia del pensamiento en comunicación debe sus premisas más significativas a este discurso.

Sin embargo, aún para entender cabalmente el mundo mass-mediático, hemos notado una ausencia; identifiquemos esta ausencia como **las bases epistemológicas que nos permitirán ubicar concretamente el fenómeno comunicativo, como hecho integrado a la totalidad de los fenómenos sociales**. Es necesario contar con las bases teóricas reales para la comprensión del fenómeno y para la construcción de un método propio que oriente su estudio.

Hasta el presente la teoría de la comunicación ha fundamentado su discurso en la racionalidad instrumental que califica al medio y desconoce al hombre, no se ha producido un desarrollo conceptual producto de la reflexión filosófica que nos lleve a comprender la relación ser-práctica-pensamiento-conocimiento (este proceso determina la comunicación). Efectivamente, estamos hablando de premisas epistemológicas y ontológicas que deben caracterizar a cualquier disciplina.

El proceso de investigación de un problema tan significativo como la comunicación no puede prescindir de una sólida estructura conceptual-categorial que le permita no sólo objetivar el fenómeno en sí, sino de comprometer su producción de conocimiento en la búsqueda de nuevas formas de comunicación (desmistificando el lenguaje).

La investigación hoy debe ejercer al fin un liderazgo, limpiando el terreno para el ejercicio del conocimiento en el plano del proceso informativo mediado por la tecnología y resguardado por altos poderes económicos, políticos e ideológicos. Y en el mismo proceso establecer las diferencias epistemológicas en el tratamiento de la comunicación como posibilidad creativa del ser, capacidad de respuesta y resistencia que aún abre el camino a un "potencial emancipatorio" (como lo diría Habermas) en el orden coercitivo ejercido por el medio difusivo. Es necesario romper con el pensamiento pesimista que nos niega la transparencia de un discurso sobre el saber que aún



florece en el seno mismo de las relaciones sociales dominadas.

Es pertinente ahora, respondiendo al compromiso de nuestras reflexiones, citar un especial trabajo de investigación que parte magistralmente de una teoría de la racionalidad, aporte fundamental de Jürgen Habermas, quien nos permite pensar la comunicación como la base de la nueva crítica de la sociedad.

En el Prefacio al libro "Teoría de la Acción Comunicativa", expresa su vivo interés por desarrollar la categoría de acción comunicativa "se trata en primer lugar de un concepto de racionalidad comunicativa, que he desarrollado con el suficiente escepticismo, pero que es capaz de hacer frente a las reducciones cognitivo-instrumentales que se hacen de la razón". (1)

No podemos ignorar la crisis del pensamiento contemporáneo. Y en América Latina es más peligrosa la ausencia de un discurso coherente e integrado que nos permita explicar y valorar desde una misma perspectiva ideológica las fuerzas económicas, políticas, sociales y culturales de la región. Esta realidad nos enfrenta al reto inaplazable de construir una epistemología de la comunicación y consolidar su proyecto que es el principio de una nueva "racionalidad comunicativa".

Recordemos que el concepto de racionalidad está vinculado íntimamente con el saber, es la forma de ver representada la acción del sujeto social a través del uso que se haga del conocimiento. Es precisamente en las manifestaciones lingüísticas donde se expresa un saber, y ese saber reproductor de intenciones e interpretaciones transmitidas culturalmente, si no resiste los

embates de la lógica del mercado (porque el saber también se comercializa) puede frenar el paso hacia una auténtica y transparente teoría que interprete las latentes prácticas culturales, políticas y comunicacionales de la región latinoamericana. Luis Britto García en su brillante discurso sobre la ideología de la postmodernidad, señala este hecho:

"El mercado, al igual que la razón de la modernidad, intenta extender su vigencia a la totalidad de los campos de la actividad humana (...) tenemos así el nuevo conocimiento, la nueva estética, la nueva ética: son cotizables, luego existen.

Dijo Marx, con sencillez brutal, que las ideas dominantes han sido siempre las ideas de la clase dominante. La clase dominante en el capitalismo tardío de la modernidad es la que opera el capital financiero en el mercado transnacional. Por consiguiente, las ideas dominantes exigen la reducción de todo otro valor—conocimiento, ética, estética, cultura y política— a valores de mercado. Es decir, su transformación de valores de uso en valores de cambio" (2).

Hemos entrado a la última década del Siglo XX asumiendo la responsabilidad de pensar la Investigación bajo la opacidad del mensaje postmoderno (Tesis de Luis Britto García).

Como investigar enfrentándonos a la pretendida muerte de la razón, de los paradigmas. Investigar sin desmitificar una concepción de la historia "donde todo cambia": las artes en adorno, la política en discurso, el conocimiento empaquetado a la orden del mercado. ¿Y el hombre?, origen, esencia y fin de la investigación en el campo de las Ciencias Sociales y principalmente en el comunicacional. Es importante reflexionar ante la descarnada pero real descripción de Luis Britto:

"El destinatario o receptor del mensaje es desinvertido de las propiedades que lo constituyan como sujeto dentro del campo de las Ciencias: se le niega su estatuto como ser "dueño de razón"; se le desconoce su papel dentro de un discurso histórico cognoscible o susceptible de interpretación, y su capacidad como inventor de un discurso estético esclarecedor o incluso innovador. El destinatario ya no sólo es conformado, es además aniquilado". (3).

Ante esta realidad no se admite el "narcisismo intelectual" como lo afirma Maza Zavala cuando responde a la pregunta ¿Qué investigar para Venezuela?

Esta realidad exige la unificación del quehacer académico, cultural y social para organizar las nuevas líneas de investigación fundamentadas en una nueva política coherente, ausente en los últimos años, pero necesaria para

construir un nuevo discurso en comunicación.

Si es necesario romper con el orden tradicional de pensar el fenómeno comunicativo, lo haremos. La vieja racionalidad empaquetada puede ser superada.

Una lectura profunda de la propuesta de Habermas, en pro de una teoría crítica de la sociedad, nos permite ilustrar el proceso:

“Con todo, la prueba definitiva de una teoría de la racionalidad con la que la comprensión moderna del mundo pudiera asegurarse de su universalidad, sólo existiría en que las figuras opacas del pensamiento mítico se iluminaran y se aclararan las manifestaciones no comprensibles de las culturas ajenas, y se aclararan de suerte que no sólo entenderíamos los procesos de aprendizaje que “nos” separan de “ellas”, sino que nos percatáramos también de lo que hemos desaprendido en el curso de nuestros procesos de aprendizaje. Una teoría de la sociedad que no excluya a priori esa posibilidad de desaprender, tiene que comportarse críticamente también contra la precomprensión que recibe de su propio entorno social, es decir, tiene que permanecer abierta a la autocrítica. Los procesos de desaprendizaje sólo pueden alumbrarse desde una crítica a las deformaciones que se fundan en la utilización selectiva de un potencial de racionalidad y entendimiento que otrora fuera accesible, pero que ahora yace sepultado” (4).

¿POR QUE UNA EPISTEMOLOGIA DE LA COMUNICACION?

Ratificando lo expresado en la Introducción de este trabajo, enfrentamos actualmente una crisis de fundamentación teórica, lo cual desequilibra los supuestos epistemológicos que han orientado hasta ahora la teoría sociológica contemporánea.

Si le atribuimos a la epistemología una labor de fundamentación del discurso teórico que permita el desarrollo de ciertas disciplinas sin obstáculos, sin traumas; o la labor “práctica de vigilancia de las operaciones (conceptuales y metodológicas) de una práctica científica” (5), podemos plantear la urgencia de organizar proyectos de investigación epistemológica. En lo que respecta al fenómeno de la comunicación y el planteamiento de una disciplina comprometida con su estudio ésta es una labor inaplazable.

Es pertinente citar parte del discurso de Felipe Neri López Veneroni en un trabajo que, por su seriedad y consistencia, ha sido muy útil para confirmar nuestras propuestas:

“No obstante, ni la Semiología ni la Lingüística agotan como tales el fenómeno comunicativo. Este no podrá entenderse cabalmente sin ellas, pero exige además una

dimensión en la que se conjugan a forziiori dos disciplinas hasta la actualidad prácticamente ignoradas en lo comunicativo: La Antropología y la Historia. En la conjugación de estos cuatro espacios radican, a nuestro juicio, las bases epistemológicas reales que permitirían superar la condición indeterminada del fenómeno como subproducto general de todas las disciplinas sociales, para ubicarlo ya como un fenómeno concreto, integrado a la totalidad de los fenómenos sociales pero, al mismo tiempo, con una vigencia determinativa particular que exige, para su comprensión y estudio, una formación, un rigor y un método específicos y propios que realmente permitan no sólo repetir o constatar los enunciados y observaciones, sino aportar algo más al conocimiento científico de lo social, de acuerdo con un trabajo de investigación novedoso que nos interne en el terreno objetivo, es decir, en la legalidad científica por la cual podemos avanzar, un poco más en esa incógnita que es el hombre" (6).

Aun cuando estableciéramos diferencias con el autor, principalmente en el tratamiento de la "legalidad científica", consideramos valiosa su reflexión. Nosotros, docentes e investigadores comprometidos con este fenómeno, necesitamos partir de una teoría del conocimiento en comunicación, porque se nos exige explicar la esencia humana de la comunicación, identificar al hombre-sujeto histórico cultural, creador del diálogo que objetiva la comunicación en el ejercicio de su sociabilidad. Este hecho representa la esencia de lo alternativo.

Si se nos exige explicar teóricamente: Qué se investiga (objeto de estudio) cómo (método) y por qué (compromiso social y político), recurrimos a todas las proposiciones posibles que nos brinda el amplio espectro teórico de las Ciencias Sociales contemporáneas. Estudiamos rigurosamente los principales métodos de investigación social y sus aportes significativos (objeto de conocimiento, estructura conceptual-categorial y la concepción de la historia) que han permitido identificar y explicar, a las Ciencias Sociales más reconocidas (Economía, Sociología, Antropología, Lingüística, Ciencias Políticas, etc.) fenómenos sociales de trascendencia histórica.

..¿Y qué ocurre con la comunicación?

..¿Dónde pierde consistencia el discurso teórico en comunicación?

Precisamente por la reducción del proceso de producción de conocimiento científico al ámbito del utilitarismo y pragmatismo característicos de la irracionalidad capitalista, las distintas áreas del saber (entre ellas la teoría de la comunicación) son cautivas de la razón instrumental dominante. El surgimiento de la teoría de la comunicación se ubica en el período explosivo de la producción industrial y el uso de la tecnología en beneficio del desarrollo capitalista contemporáneo.

Este antecedente le ha restado profundidad y proyección al discurso en comunicación, ha sido imposible hasta el presente desligar el fenómeno comunicativo de la racionalidad mecanicista que cosifica el acto del habla como posibilidad creativa y autónoma de todo sujeto social.

Ya hemos citado el interesante análisis que realiza Felipe López Veneroni, reforzando una crítica de cómo se entiende el fenómeno comunicativo en general; este trabajo devela el equívoco epistemológico que surge al reducir el objeto de conocimiento de las Ciencias de la Comunicación al estudio del uso y funcionamiento de los mass-media, al efecto de sus contenidos como reproductores del poder y a los quehaceres vinculados históricamente al ejercicio de esta actividad. Es innegable que el desarrollo del estatuto teórico de esta disciplina (aún no demostrada como tal), se orienta en la "conceptualización teórica dominante" registrada y patentada por la escuela norteamericana y que ha hecho resignar al siglo XX a una versión restringida y antihumana del fenómeno comunicativo.

Veneroni comenta como la violenta irrupción del uso del medio masivo, provocó contradictorias reacciones: unos auguraban una nueva era para la humanidad, la felicidad social fundamental en los principios de justicia y paz (aspiración máxima de los teóricos funcionalistas norteamericanos), mientras que la selecta producción teórica de la Escuela de Frankfort, afilaba su análisis crítico ante la penetración cultural que amenazaba la transparencia del pensamiento de este siglo. Sin aportar mayor fundamentación, vemos como los simbólicos mass-media han signado la producción investigativa en comunicación en las dos últimas décadas.

De este modo, no pretendemos anular la importancia de la práctica investigativa dedicada al estudio de los medios de difusión masiva y "del saber informatizado" que reproduce; somos también protagonistas de este proceso.

El interés por este reencuentro de investigadores de la comunicación es discutir seriamente la posibilidad de organizar una política de investigación que unifique los esfuerzos, a fin de seguir investigando sobre los fenómenos informativos, y más ahora cuando la mediación tecnológica crea nuevos retos. La producción de conocimientos en el área de la comunicación de la Escuela Latinoamericana, no ha sido discutida y evaluada con la debida rigurosidad por los investigadores venezolanos. Este es un paso fundamental para revisar los fundamentos teóricos que nos permitirían comprender las diferencias epistemológicas entre el estudio de los medios masivos y el lugar que les corresponde como aparatos de consenso cuya regulación y proyección es determinada por las condiciones económicas y sociopolíticas de una formación

social dada; y la comunicación como "principio de sociabilidad". (7)

Si este deslinde no se produce sería un error teórico reflejado en principio en la siguiente afirmación:

"Si se postula que la comunicación está determinada por aquello transmitido, recibido u operado a través de los mass media y si reservamos para los periodistas, los jefes de prensa, los publicistas o los productores de radio, televisión y cine, la actividad de "comunicadores" o "comunicadores sociales", caemos en un grave problema de exclusión, ya que estaríamos diciendo que prácticamente el 99.9 de la población mundial (que no maneja ni el periodismo, ni ninguna otra técnica informativa especializada y definitivamente no tiene acceso a los mass media más que como espectadores), no sólo queda vedada de la posibilidad de ser comunicadora, sino queda literalmente incomunicada o, en todo caso, sujeta a lo que unos cuantos manejen a través de los medios". (8)

¿EN QUE CONSISTE EL DESAFIO?

En construir la matriz teórica que permita definir el fenómeno comunicativo como objeto de estudio e investigación científica. Esto nos obliga a plantearnos el lugar que debe ocupar en la definición del fenómeno una "determinada teoría del ser y de la realidad". Comenzamos a desmitificar el principio empirista de la preeminencia del objeto real, sobre la forma de pensar del sujeto que conoce.

La aprehensión de lo comunicativo significa tocar sensiblemente una forma de relación social, el modo particular de ser del hombre, dotado de cuerpo y sentidos, gestor del habla; ese hombre que en el pleno uso de su conciencia dimensiona su autonomía y los alcances de su libertad. Este proceso de autoconocimiento, de enfrentar contradicciones por el ideal de la transformación es lo que simboliza el desarrollo histórico. Por lo tanto se establece una conexión indisoluble históricamente: hombre-conocimiento-comunicación.

En resumen, la dimensión de la comunicación no se reduce al reconocimiento mecanicista de la existencia del medio masivo, ni al obligante y puro análisis ideológico y estructural de sus signos.

La nueva teoría de la sociedad según la propuesta de Habermas,

"Ya no necesita asegurarse de los contenidos normativos de la cultura burguesa, del arte y del pensamiento filosófico por vía indirecta, es decir, por vía de una crítica ideológica; con el concepto de razón comunicativa, de una razón inmanente al uso del lenguaje, cuando este uso se endereza al entendimiento, vuelve a considerarse a la filosofía capaz de cumplir tareas sistemáticas y a exigirle ese cumplimiento. Las Ciencias Sociales

pueden entablar relaciones de cooperación con una filosofía que asume como tarea la de realizar el trabajo preliminar para una teoría de la racionalidad" (9).

En esto consiste el desafío de la Investigación de la Comunicación en la actualidad.

NOTAS:

1. HABERMAS, Jürgen. **Teoría de la Acción Comunicativa I**. Taurus. Buenos Aires, Nov. 1989, Pág. 10.
2. BRITTO GARCIA, Luis. **El imperio contracultural: del Rock a la postmodernidad**. Ed. Nueva Sociedad. Caracas, 1991, Pág. 202.
3. BRITTO GARCIA, Luis. Op. Cit. Pág. 178.
4. HABERMAS, Jürgen. **Teoría de la acción comunicativa II**. Crítica de la razón funcionalista. 1990. Pág. 568.
5. DEFINICION DE M. CASTELLS. E. DE IPOLA. Reproducida por Rigoberto Lanz en su libro **El Marxismo no es una ciencia**. Pág. 44.
6. LOPEZ VENERONI, Felipe. **Elementos para una crítica de la ciencia de la comunicación**. Editorial Trillas. México. 1989. Pág. 97.
7. Ver BARBERO, Jesús Martín. **Teoría e investigación. Producción en la enseñanza de la comunicación**. Revista teórica de la Federación Latinoamericana de Asociaciones de Facultades de Comunicación Social. Nº 28. Noviembre de 1990. Pág. 71.
8. LOPEZ VENERONI, Felipe. Op. Cit. Pág. 23.
9. HABERMAS, Jürgen. Op. Cit. Pág. 563.

II. LA ENCRUCIJADA DE LAS NUEVAS TECNOLOGIAS DE LA INFORMACION. NUEVOS PROBLEMAS Y PROPUESTAS PARA LA ACCION

Las líneas de investigación dominantes en el área de la comunicación en América Latina y por consecuencia en Venezuela, desde los años setenta y hasta mediados de los ochenta, han estado centrados en los siguientes temas: Implicaciones Ideológicas de los Medios Masivos; Políticas Nacionales de Comunicación y Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación; Comunicación Alternativa y Popular; y Estructura Transnacional de la Comunicación y la Cultura (1).

Sin embargo, con la aparición de las nuevas tecnologías de la información surge un nuevo eje de interés: el estudio de la expansión, el uso y los efectos de estas tecnologías en las sociedades dependientes.

Esa nueva preocupación producirá modificaciones en los enfoques realizados hasta el momento en la comunicación de masas. Los análisis que han dado cuenta de las funciones ideológicas (en un primer período) y de las

funciones económicas (en un segundo período), de los medios de difusión masiva, comienzan a resultar insuficientes para explicar la nueva realidad de la información que va más allá de lo masivo (televisión, radio y cine clásicos) y se instala a otros niveles de la sociedad, especialmente en el corazón del sistema productivo mismo, no sin producir profundas contradicciones sociales y culturales en el seno de nuestros países.

Ello obliga a replantearse las funciones de la comunicación por encima de lo meramente ideológico y a dejar de considerar a los instrumentos de información como aparatos ideológicos para ubicarlos como órganos estructurales de gestión económica, productiva y cultural-social. Se hace necesario entonces, comenzar a desarrollar un enfoque interdisciplinario en la investigación de la comunicación en Venezuela que rebase lo masivo y que de cuenta de una "macroeconomía de la comunicación" (2), por un lado, pero también que aborde aquellas experiencias de comunicación que tienen lugar fuera de los circuitos de los grandes medios (incluyendo a las nuevas tecnologías), que de cuenta de una "microcultura de la comunicación", (3) cuyo punto de encuentro está en las vivencias y experiencias de la cultura popular.

Lo anterior no quiere decir que las líneas de investigación clásicas hayan perdido totalmente su pertinencia histórica. Muy al contrario, en el campo de la comunicación de masas, la investigación latinoamericana ha demostrado su razón histórica y su articulación a procesos sociales concretos. Pero, la presencia de Nuevas Tecnologías de la Información y los cambios que ellas producen obligan a reformular las teorías y los enfoques para adecuarlos a las nuevas interrogantes que aparecen.

Problemas como el Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación; las Políticas Nacionales de Comunicación; la Comunicación Alternativa y la Comunicación Transnacional deberán ser rescatados y reforzados por la investigación latinoamericana. Aunque, para no quedarse limitadas a enfoques reduccionistas (lo comunicacional), será necesario vincular estas temáticas a los nuevos planteamientos que ubican hoy a la información y a la comunicación en la esfera económica, histórica, social y cultural y no solamente en la ideológica-política.

LOS PRINCIPIOS BASICOS DE UNA POLITICA DE INVESTIGACION VENEZOLANA SOBRE LAS NUEVAS LINEAS DEBERIAN SER LOS SIGUIENTES:

- En primer lugar, un plan de investigación dirigido a resolver problemas

concretos de la realidad comunicación venezolana no puede perder el norte de la profundización de la democracia social. En este sentido en el área de las Nuevas Tecnologías de la Información, debería estar sustentado en la experimentación social de las mismas (4), y en la realización de investigaciones interactivas y prospectivas que permitan dar cabida, con sus abordajes, a las propuestas de los grupos sociales del país que luchan por la democracia social y que permitan prever el rumbo de los cambios tecnológicos para adecuarlos progresivamente a las necesidades de las mayorías.

- En segundo lugar, dentro de los lineamientos democráticos de una política de investigación venezolana resulta indispensable definir una nueva "filosofía pública de las comunicaciones" (5), que oriente las tareas de la investigación de la comunicación hacia el mercado de las demandas sociales reales, para ofrecer respuestas o soluciones a problemas que surjan de parte de los usuarios de la información y la comunicación y no solamente a las exigencias económicas de los productores de estas tecnologías.

Lo anterior significa, indudablemente, comenzar un proceso de renovación de la investigación de la comunicación en el país hacia un enfoque que integra el análisis económico-histórico, político-cultural y jurídico de las nuevas tecnologías de la información en su vinculación con nuestro contexto social.

La renovación debe suponer una articulación intersectorial de diversas disciplinas (Ingeniería, Informática, Psicología, Sociología, Filosofía, Antropología y Comunicología) y una estrecha colaboración entre organismos gubernamentales, investigadores, entidades de desarrollo tecnológico y social, universidades y empresas privadas que permitan desarrollar un nivel de Investigación y Desarrollo (I+D) que de cuenta del potencial de las Nuevas Tecnologías de la Información disponibles y de las aplicaciones que se le están dando en Venezuela. Al mismo tiempo, que pueda dar respuesta a la solución de problemas sociales detectados (educación, salud, alimentación, agricultura, vivienda y bienestar social), mediante aplicaciones adecuadas de estas tecnologías.

EN CONCRETO, LOS TEMAS VENEZOLANOS PRIORITARIOS DE LA INVESTIGACION DE LA COMUNICACION ANTE LA PRESENCIA DE LAS NUEVAS TECNOLOGIAS SERIAN LOS SIGUIENTES:

1. El estudio de los problemas macroeconómicos de la información, con especial abordaje de la información de tipo económico y social y su función como motor estructural de las economías actuales. Debería

hacerse referencia aquí a los problemas vinculados a los cambios producidos en el concepto de "información periodística" hacia el concepto de "información-saber-conocimiento" (6), que adquiere con las nuevas tecnologías una dimensión económica-financiera de primer orden, pero también una nueva dimensión cultural.

El análisis de esta nueva clase de información tendría que ver con el enfoque de temas como: el derecho de acceso de los países subdesarrollados a la información estratégica para su desarrollo; el nivel de concentración transnacional de este tipo de información; el aumento de la dependencia y la profundización de las disparidades económicas y sociales, tanto a lo interno de la nación como en relación con los países desarrollados; las formas de "apropiación social" de la información-conocimiento que transporten las nuevas tecnologías; la democratización de la información y la adaptación social de dichas tecnologías" (7).

2. La investigación de las consecuencias sociales y culturales de la transnacionalización de las Nuevas Tecnologías de la Información, mediante estudios sobre sus efectos no sólo en los medios masivos, sino con especial énfasis, sobre los efectos políticos (centralización del poder, pluralidad y democratización, autonomía política y soberanía nacional); sobre los efectos culturales (impacto de estas tecnologías en las culturas nacionales e identidad cultural y lingüística) y sobre los efectos sociales (recrudescimiento de conflictos y lucha de clases, modificaciones de los comportamientos en los procesos sociales e institucionales) (8).
3. El análisis del surgimiento de nuevas formas de comunicación al margen de los medios masivos, especialmente de la comunicación local o de las experiencias de comunicación popular, que ayude a la formulación de una teoría crítica de la comunicación. Es fundamental el estudio y la profundización sobre las prácticas comunicativas o informativas de los grupos sociales multiculturales venezolanos, y sobre el uso de tecnologías "nuevas" o "viejas" para reestructurar mensajes alternativos a la cultura dominante (9).
4. La evaluación de las posibilidades y obstáculos para la puesta en activo de políticas de comunicación que regulen la penetración en Venezuela, de las nuevas tecnologías de la información (cables, satélites, fibras ópticas) y para la consolidación del nuevo orden mundial de la información y la comunicación. Se hace necesario realizar un estudio de las políticas públicas seguidas por el estado venezolano para la adquisición de estas tecnologías, así como de las políticas de comunicación surgidas al

respecto para definir programas y contenidos de las mismas.

5. El estudio de los nuevos problemas de la comunicación y la información desde la perspectiva del usuario y no del emisor, donde sean abordados asuntos como:

- Su participación activa en las actividades de búsqueda de información y en las actividades de recepción de los mensajes recibidos, es decir, todo lo que tenga que ver con el proceso de producción de sentido por parte del receptor y sus actividades de réplica.

En este aspecto, resulta indispensable iniciar en Venezuela estudios sobre los nuevos enfoques desarrollados por algunos investigadores latinoamericanos (Jesús Martín Barbero, Néstor García Canclini, Rosa María Alfaro, Mauro Wolf, Guillermo Orozco) donde se abordan los procesos socioculturales que tienen lugar cuando se realizan la apropiación y los usos de los viejos y nuevos medios por parte de los receptores, y la vinculación histórica entre "lo popular" y "lo masivo" (10).

- Su participación pública en las actividades mismas de información y comunicación, a través de la definición de los derechos de acceso y participación en la gestión y en la toma de decisiones en el sector de la comunicación, así como también de la definición de derechos individuales, como la protección de la intimidad y la vida privada.

- Las necesidades especiales de información y comunicación de cada grupo social o cultural, a través de una investigación orientada a satisfacer las demandas sociales del usuario y a generar la participación de las comunidades nacionales en las actividades mismas de investigación y de búsqueda de soluciones a problemas específicos locales y nacionales de comunicación social (11).

- El papel de las instituciones intermedias, como el Estado, los organismos y animadores culturales, en cuanto a facilitar o no el acceso de la comunidad a las nuevas tecnologías de la información y a una apropiación colectiva de ellas.

6. El estudio del funcionamiento de las industrias culturales a través de enfoques integrales que aborden no solamente a los medios clásicos, sino al surgimiento de nuevas estructuras de producción y difusión en la edición y en la información, que incluya a la industria editorial; a la industria sonora y a las industrias auxiliares necesarias en la producción audiovisual actual, así como las interrelaciones que se establecen entre estos distintos medios e industrias de la información y la comunicación (12).

7. El impacto de las nuevas tecnologías de la información sobre los "viejos

medios", que incluya estudios sobre las posibilidades de estructuración de nuevas formas de propiedad de los medios a nuevos usos (13); sobre la modificación de las prácticas profesionales de los medios (14); sobre las transformaciones en la escritura y en las formas de comunicación y producción de los mensajes audiovisuales; sobre el surgimiento de nuevos usos sociales y culturales de los medios; y sobre la aparición de una nueva forma de comunicación especializada, tanto en las formas de consumo como en los contenidos (15) y la profundización de la estratificación social en Venezuela (16).

8. La evaluación de los sistemas de información existentes en el país que incluya un diagnóstico-prospectivo sobre los servicios postales, de correos, de radiodifusión y prensa, y especialmente sobre las telecomunicaciones venezolanas (17), sobre todo para conocer cómo se enfrenta este sector al desafío del desarrollo tecnológico, de manera que puedan detectar los siguientes aspectos: el monto de las inversiones y las prioridades establecidas en el sector; la funcionalidad de los nuevos servicios a ofrecer y su vinculación con las necesidades de desarrollo del país; los vacíos jurídicos o legales frente a las nuevas tecnologías de la información y la soberanía nacional; el análisis de las fuentes de información y de las bases de datos; de los contenidos a transportar por los nuevos medios y sus efectos socio-culturales; el grado de obsolescencia o modernización de las infraestructuras de información y de telecomunicaciones venezolanas; el estudio de los recursos humanos y de investigación-desarrollo, especializados en el área de las nuevas tecnologías, existentes en las universidades, centro de desarrollo, empresas y gobierno del país; y por último, el estudio de las estructuras organizativas encargadas del manejo y control de los nuevos sistemas de información y de comunicación que surjan en Venezuela.

NOTAS

1. Un análisis de estas tendencias se puede ver en: MARQUES DE MELO, José. **La Investigación Latinoamericana en Comunicación** en Revista "Chasqui" N° 11. CIESPAL, Quito, 1984. p. 4; ESTEINOV, Javier. **CIESPAL y las Ciencias de la Comunicación**. Idem. p. 20; RONCAGLILOLO, Rafael. **Comunicación y Cultura Transnacional en Comunicación Transnacional: Conflicto Político y Cultural**. DESCO/ILET. Lima 1982 y MARTIN-BARBERO, Jesús. **Retos a la investigación de la comunicación en América Latina en Procesos de comunicación y Matrices de Cultura**. Felafacs-Gustavo Gili. México, 1990.
2. Ver: ZALLO, Ramón. **Economía de la comunicación y la Cultura** en Revista "Telos", N° 10. Fundesco. Madrid, 1987, p. 61 y MATTELART, M. y STOURDZE. **Tecnología, Cultura y Comunicación**. Mitre. Barcelona, 1984, p. 166.

3. Aunque el concepto es nuestro, hace referencia a parte de la teoría que viene trabajando Jesús Martín-Barbero sobre las relaciones entre Cultura Popular y Procesos de Comunicación, según la cual se hace necesario rescatar las experiencias de masas dominantes, como expresión de lo "micro" —culturalmente hablando— por oposición a la planetarización cultural que faciliten tecnologías nuevas como satélites, para poder consolidar una teoría de la comunicación latinoamericana que exprese la heterogeneidad cultural de nuestras sociedades, en su diferencia con otras y, al mismo tiempo, que ayude a definir nuestra identidad como pueblo.
4. El término "experimentación social de las nuevas tecnologías" fue acuñado por los franceses a mediados de los años 70 y hace referencia a la necesidad de experimentar y estudiar los efectos no sólo económicos sino fundamentalmente políticos y sociales de estas tecnologías antes de introducirlas en las sociedades, contando para ello con la participación de las comunidades que se verían afectadas. Ver: Nora, Simón y Mine ALAIN. **La Informatización de la sociedad**. FCE. México, 1980.
5. WHITE, Robert. **De las contradicciones de la comunicación democrática** en Revista "Chasqui" N° 7. CIESPAL. Quito. 1983, p. 69.
6. La información periodística es una información-acontecimiento vinculada a la idea de novedad, inmediatez, actualidad; por el contrario la información-conocimiento está más ligada al saber-acción, es portadora de datos o informaciones especializadas que resultan vitales para las labores de gestión y toma de decisiones en la sociedad.
7. Sobre la apropiación social de la información-conocimiento y la democratización de la información, Ver: MATTELART, M. y STOURDZE. Ob. Cit., p. 176.
8. El énfasis en este tipo de efectos fue puesto en el Simposio sobre "El Imperio Cultural, Social y Económico de las Nuevas Tecnologías de la Información, realizado en Roma, Italia en Diciembre de 1983.
9. Sobre la contribución de la Comunicación Alternativa a la Consolidación de una "Teoría Crítica de la Comunicación Democrática. Ver: PAIVA, Alfredo. **La Comunicación Alternativa: sus campos de influencia, sus limitaciones y sus perspectivas críticas**. ILET. México. 1983; MARTIN-BARBERO, Jesús. **Comunicación, pueblo y cultura en tiempos de las transnacionales**, en MORAGAS, E. (ed.). **Sociología de la comunicación de masas**. Tomo IV. Gustavo Gili. Barcelona, 1985. p. 172; HERNANDEZ, Tulio. **10 Años de ¿Alternativas de la Comunicación?** y REY, José Ignacio. **SUBVERSIVOS O INTEGRADOS: Lo alternativo en perspectiva latinoamericana**, ambos en Revista **Comunicación** Nos. 51-52. Centro Gumilla, Caracas.
10. En lo que respecta a esta línea de investigación podríamos decir que Venezuela se encuentra bastante rezagada en comparación con otros países latinoamericanos (México, Colombia, Perú, Brasil y Chile), que han adelantado importantes estudios sobre la recepción y los usos culturales de los medios. Ver: GARCIA CANCLINI, Néstor. "El Consumo sirve para pensar"; MATTELART, Armand y MICHELE. "Recepción, el retorno del sujeto"; OROZCO, Guillermo. "La audiencia frente a la pantalla"; WOLF, Mario, "Tendencias actuales del estudio de los medios" en Revista **DIA-LOGOS DE LA COMUNICACION** N° 30. Lima. Perú. Junio de 1991 y MARTIN BARBERO, Jesús. **De los medios a las mass-mediaciones**. Gustavo Gili, Barcelona, 1987 y **Procesos y Matrices de Cultura**. Ob. cit. p. 151.
11. Sobre movimientos sociales alternativos y participación en el área comunicacional, cabe destacar el trabajo de diversos autores que aparecen publicados en la Revista **Comunicación**, N° 73. Centro Gumilla, Caracas. 1er. Trimestre de 1991.
12. Para una visión más completa sobre el enfoque integral de las Industrias Culturales. Ver: MATTELART, A. y PIEMME, Jean-Marie. **La Televisión Alternativa**. Anagrama. Barcelona.

- 1981; MÄTTELART Y STOURDZE. Ob. cit. y ZALLO, Ramón. **Economía de la Comunicación y la Cultura**. AKAL. Madrid. 1988.
13. MAYO, John. **Investigación colaborativa en materia de nuevas tecnologías**, en Revista "CHASQUI" Nº 14. CIESPAL. Quito, Abril-junio 1985. págs. 72-79.
14. TÜCHMAN sostiene que la práctica periodística es un proceso de trabajo donde los grupos sociales no tienen acceso a la producción de la información y, en consecuencia, que la democratización debe pasar por una reestructuración en la producción de la noticia (TUCHMAN: La producción de la noticia. Gustavo Gili, Barcelona, 1983).
15. RICHEIN, Giuseppe. **Nuevas tecnologías e investigación sobre la comunicación de masas** en MORAGAS, M. (ed.). ob. cit. p. 56.
16. En Venezuela ya se han realizado algunos trabajos sobre el impacto de las nuevas tecnologías de la información en el área de la difusión masiva, pudiéndose destacar los siguientes:
 AGUIRRE, Jesús María. "Perspectivas de la televisión por satélite en Venezuela" Revista **COMUNICACION** Nº 57. Centro Gumilla, Caracas, 1987.
 ALFONSO, Alejandro. "Investigación y nuevas tecnologías" en Revista "Chasqui" Nº 17. CIESPAL. Quito, 1980.
 BISBAL, Marcelino. **La Comunicación interrumpida**. FEH/UCV. Caracas, 1989.
 BISBAL, Marcelino. "La comunicación vía satélite bajo la óptica latinoamericana". FEH/UCV, Caracas, 1989.
 BISBAL, Marcelino y SAFAR, Elizabeth. "Frente al dilema de las nuevas tecnologías" Cuadernos **Apuntes** Nº 6, UCV, Caracas, 1989.
 NEUMAN; María Isabel. **Tecnología de la información: Area impresa**. Cuadernos de la Facultad de Humanidades y Educación Nº5, LUZ. Maracaibo, 1987 e **Impactos de las nuevas tecnologías en la Prensa Nacional**. (Tesis de Maestría en proceso). LUZ, Maracaibo.
 PINEDA, Migdalia. **Sociedad de la información, nuevas tecnologías y medios masivos**. Trabajo de Ascenso. LUZ, Maracaibo, 1989.
 PINEDA, Migdalia. **Nuevas tecnologías de la información y políticas nacionales de comunicación: primeros pasos en Europa. Algunas reflexiiones para América Latina**. Trabajo de Ascenso. LUZ, Maracaibo, 1990.
17. Sobre trabajos venezolanos en el área de los servicios postales, de correos y telecomunicaciones, cabe destacar el estudio pionero de PASQUALI, Antonio. **La Comunicación Cercenada**. Monte Avila. Caracas, 1990; algunos trabajos realizados en el CENDES, como el de GIORDANI, G. **Análisis de la industria eléctrica y de telecomunicaciones en Venezuela**. CENDES, UCV. Caracas, 1976. Algunos trabajos que aparecen en la Revista **COMUNICACION**, Nos. 71-72. "Centro Gumilla" Caracas, 1980, sobre las telecomunicaciones venezolanas y la privatización de la CANTV. como el de REY, José Ignacio "Investigadores y privatización de la CANTV". p. 78.

COMUNICACION

**ESTUDIOS VENEZOLANOS DE COMUNICACION
 PERSPECTIVA CRITICA Y ALTERNATIVA
 Integrante de la Red Iberoamericana de
 Revistas de Comunicación y Cultura**

LA INVESTIGACION LATINOAMERICANA SOBRE MEDIOS MASIVOS E INDUSTRIAS CULTURALES Y LA COMUNICACION

Raúl Fuentes Navarro

En América Latina se asume comúnmente que el origen del sector académico encargado de los estudios sobre la comunicación está en las escuelas de periodismo. Tan fuerte es esta identificación que, más de medio siglo después del casi mítico origen argentino (1), en la mayoría de las escuelas, facultades y departamentos que congrega FELAFACS, el objeto de estudio y su abordaje tanto en la enseñanza como en la investigación universitarias, están primariamente constituidos por representaciones cada vez más refinadas de las prácticas periodísticas. En la mayoría de los países de la región, estudiar comunicación significa apenas, poco más que estudiar periodismo (2).

La célebre recomendación de CIESPAL en 1963 (3) de que "al extender sus ramos las escuelas (de periodismo) deberían convertirse en escuelas de Ciencias de la Información", parece haberse atendido sin considerar todas sus implicaciones. Ahora puede verse con mayor claridad que pasar de la formación de periodistas a la de especialistas en la información o en la comunicación exige algo más que referir las prácticas a los medios electrónicos en vez de hacerlo sólo a la prensa escrita y que este paso cambia el lugar social a ocupar por el egresado, que deja de depender de los medios como empresas demandantes y empleadoras de personal técnica e ideológicamente capacitado (4).

Otra versión sobre el origen de nuestro campo remite la fundación de la carrera de Ciencias de la Comunicación (llamada por algún tiempo Ciencias



y Técnicas de la Información) en la Universidad Iberoamericana, en México, en 1960. El proyecto académico de esta nueva carrera, trazado por José Sánchez Villaseñor, buscaba la formación de “un hombre capaz de pensar por sí mismo, enraizado en su época, que gracias al dominio de las técnicas de difusión pone su saber y su mensaje al servicio de los más altos valores de la comunidad humana” (5). La diferencia con las carreras de periodismo, de las cuales para entonces había ya 44 en Latinoamérica (6), se planteó claramente desde el principio: el énfasis estaría puesto en la solidez intelectual proporcionada por las humanidades, ante la cual la habilitación técnica estaría subordinada, pero de tal manera que garantizara la capacidad para acceder, a través de los medios, a la dinámica socio-cultural (7). Este proyecto, de carácter clásicamente universitario, no consideró suficientemente, sin embargo, la evolución que habrían de tener los medios masivos y la industria cultural en su conjunto, ni las condiciones en que habrían de desarrollarse los sistemas teórico-metodológicos específicos sobre los fenómenos comunicativos.

Un tercer modelo de carrera se sobrepuso entonces, en los setenta, a los elementos vigentes del modelo periodístico (habilitación técnica, ajuste a las demandas empresariales, incidencia política a través de la opinión pública) y los del modelo humanista (formación intelectual, independencia crítica, reafirmación de valores socio-culturales): el modelo de la “comunicación social”

(formación en ciencias sociales, escisión teoría-práctica, polivalencia profesional). En la actualidad puede afirmarse que el campo está constituido por elementos, casi nunca consistentemente integrados pero simultáneamente vigentes, de los tres modelos, de las tres fundaciones académicas del estudio de la comunicación (8). Esta composición del campo, junto al extraordinario crecimiento de la matrícula en prácticamente todos los países del continente, ha tenido múltiples consecuencias sobre la formación de comunicadores, que han sido estudiadas y atendidas extensamente por FELAFACS en los últimos ocho años. Pero la atención de este trabajo no está puesta sobre la formación universitaria, sino en la investigación académica latinoamericana de la comunicación (9).

Hablar de investigación académica latinoamericana de la comunicación es hablar de una producción generada en las universidades o por universitarios, pero paradójicamente desvinculada de los procesos formativos y profesionales de los egresados. Hace tiempo que Venicio de Lima (10) hizo notar como un ingrediente decisivo en el estudio de la comunicación la desvinculación, importada de Norteamérica, entre la investigación-producción teórica y la enseñanza-formación profesional y su exacerbación por el carácter napoleónico (profesionalización) predominante en las universidades latinoamericanas. En México, esta paradójica desvinculación la ha observado también Raúl Trejo Delarbre (11), entre otros, y ha sido objeto no sólo de análisis y discusiones, sino de intentos de superación tan importantes como el operado desde 1974 en la UAN Xochimilco (12), no obstante lo cual sigue estando manifiestamente vigente.

Y esta desvinculación persiste, independientemente de que tanto la investigación como la formación profesional tengan como objeto central de sus afanes el estudio de las diversas dimensiones que constituyen la operación de los medios masivos de difusión y las industrias culturales. Así como estudiar comunicación significa apenas poco más que estudiar periodismo, investigar la comunicación significa apenas poco más que producir conocimiento (la mayor parte de las veces sólo descriptivo) sobre los medios (13).

Entre el ya considerable número de estudios sobre la producción latinoamericana en la investigación de la comunicación, uno muy reciente de Carlos Gómez Palacio (14) proporciona datos interesantes, como los temas que con mayor frecuencia han sido tratados en artículos publicados en las principales revistas académicas de la región (15). El orden de frecuencias de los temas es el siguiente:

1. Comunicación y Cultura
2. Historia de los Medios
3. Contenidos de los Medios
4. Usos y efectos de los Medios
5. Comunicación y Desarrollo
6. Comunicación Política
7. Características de los Medios
8. Nuevas tecnologías de Información
9. Políticas de Comunicación
10. Comunicación Alternativa
11. Periodismo y Libertad de Prensa

Por otro lado, mediante entrevistas con 50 investigadores latinoamericanos, Gómez Palacio elaboró un listado de los proyectos más importantes de investigación desarrollados en América Latina, que incluye en los primeros lugares:

- | | |
|--|-------|
| 1. Trabajos de Mattelart y su grupo en Chile | (62%) |
| 2. Trabajos de Pasquali en Venezuela | (40%) |
| 3. Trabajos de Beltrán en Colombia | (32%) |
| 4. Trabajos de Verón en Argentina | (26%) |
| 5. Trabajos de Freire en Brasil y Chile | (22%) |

Esto reafirma la idea, bastante generalizada, de que son precisamente estos cinco autores los principales pioneros y los líderes más importantes de la investigación de la comunicación en América Latina (16). Cabría entonces explorar la relación entre los temas (y enfoques) más investigados y los aportes teóricos de la obra de estos nuestros "padres fundadores", ninguno de los cuales, desgraciadamente, sigue investigando la comunicación en América Latina: desde hace más de diez años, Mattelart y Verón lo hacen en Francia; Pasquali y Beltrán devinieron funcionarios de la UNESCO y Freire cubre un espacio mucho más amplio que el de la comunicación. Y no parece que las contribuciones teórico-metodológicas más originales de cada uno de ellos fundamenten los proyectos de investigación ni los estudios universitarios actualmente, lo cual no demerita su importancia, sino que refleja una situación que José Marques de Melo describe así:

No se ha extendido plenamente en nuestro continente la conciencia sobre el papel desempeñado por los investigadores y los centros de investigación latinoamericanos en la producción de conocimiento científico sobre la comunicación social. Más bien se constata un relativo desconocimiento de las nuevas generaciones sobre el pensamiento construido por nuestros pioneros en el área. Por ello se verifica un cierto retroceso en la investigación de los fenómenos comunicacionales, que en vez de avanzar y profundizar en el camino trazado, retoma los viejos o renovados paradigmas metropolitanos, reproduciéndolos acriticamente y reforzando con ello la tradicional dependencia cultural y científica.

Naturalmente, hay excepciones en ese panorama. Hay también toda una retórica, elaborada en seminarios y congresos internacionales, que enfatiza la necesidad de la cooperación científica sur-sur para poner en práctica la propuesta de un nuevo orden internacional. Pero esa cooperación se ha quedado en el terreno especulativo o se ha limitado a iniciativas aisladas de grupos de investigadores que estudian cooperativamente objetos de interés particular (17).

La labor de FELAFACS como organismo de enlace, cooperación e impulso de iniciativas académicas para la superación del estudio de la comunicación en América Latina ha sido especialmente importante en los últimos años. Entre sus múltiples realizaciones, ocupa un lugar destacado la revista **Diálogos de la Comunicación**, donde puede encontrarse una muestra muy significativa de la investigación que actualmente se realiza en nuestra región y que documenta el planteamiento que pretende desarrollar este trabajo.

A partir de junio de 1987, se han publicado ocho números de la revista (Nos. 17-24), en los cuales han aparecido ochenta artículos, reportes o entrevistas. De estos textos, 14 (el 17.5%) proviene de autores y países no latinoamericanos y los 66 restantes, de ocho países de la región: 14 de México, 12 de Perú, 11 de Argentina, 11 de Colombia, 8 de Chile, 8 de Brasil, 1 de Venezuela y 1 de Bolivia, 10 autores han contribuido con dos artículos y sólo de Jesús Martín Barbero se han publicado tres. La revista tiene un carácter semi-monográfico en su sección principal y algunas secciones fijas (entrevista, investigación, enseñanza, postgrados y metodología) que, con excepción de las dos primeras, no figuran en todos los números.

Tratando de clasificar los temas abordados en estos 80 textos publicados en **Diálogos** según las mismas categorías elaboradas por Gómez Palacio, con fines comparativos; encontramos la siguiente distribución:

No clasificados (no-latinoamericanos)	14	17.5%
1. ENSEÑANZA DE LA COMUNICACION	14	17.5%
2. Comunicación y Cultura	14	17.5%

3.	Características de los Medios	8	10.0%
4.	Comunicación Alternativa	8	10.0%
5.	PANORAMICAS DE LA TEORIA	5	6.25%
6.	Historia de los Medios	5	6.25%
7.	Contenidos de los Medios	5	6.25%
8.	Usos y Efectos (RECEPCION)	2	2.5%
9.	Nuevas Tecnologías de Información	2	2.5%
10.	Comunicación Política	1	1.25%
11.	Políticas de Comunicación	1	1.25%
12.	PROFESION DE LA COMUNICACION	1	1.25%
Totales		80	100%

La producción no latinoamericana se elimina porque representa algo distinto, en origen y significado, de lo que se busca: las tendencias temáticas más recientes de la investigación de la comunicación en América Latina tal como las refleja **Diá-logos**. Los renglones "Enseñanza", "Teoría" y "Profesión", que en conjunto dan cuenta del 25% de los trabajos, manifiestan no sólo la orientación más específica de la revista de FELAFACS, Federación de Asociaciones de Escuelas, sino la importancia que ha ido cobrando últimamente la reflexión sobre las distintas dimensiones prácticas de la propia disciplina (18).

En el resto de los artículos (46), se nota una recomposición de las frecuencias en comparación con la muestra de Gómez Palacio: los enfoques de "Comunicación y Cultura" siguen siendo los predominantes, pero reducen su proporción, por una parte, los estudios sobre medios (análisis de contenido o ideológicos, usos y efectos, historia) y por otra desaparecen los referidos a "Comunicación y Desarrollo" y a "Periodismo y Libertad de Prensa". Aumentan los genéricamente englobados en la categoría "Comunicación Alternativa" aunque el término se use cada vez menos, y las exploraciones de "características de los medios" con recortes muy específicos.

Más allá, entonces, de los sesgos normales que introduce en la muestra el carácter y orientación fuertemente definidos de la revista y del reducido número de artículos, pueden intentarse algunos esbozos de interpretación sobre las tendencias latinoamericanas más recientes en la investigación sobre medios masivos, industrias culturales y comunicación social.

En primer lugar, el "pensar la comunicación desde la cultura" y buscar desde ahí los métodos más adecuados para producir conocimiento sobre los fenómenos comunicativos no es una novedad ni una moda simplemente. Al

menos desde **Comunicación y Cultura de Masas** de Antonio Pasquali, publicado originalmente en 1963, hasta **De los Medios a las Mediaciones** de Jesús María Barbero, puesto en circulación hace dos años, las aportaciones teórico-metodológicas enraizadas en nuestras realidades y enfocadas sobre nuestros propósitos, constituyen un acervo tan rico como dispersa o insuficientemente aprovechado en nuestro campo (19). También, quizá, un marco conceptual difícil de poner en juego operativo para la indagación empírica concreta de esa multiplicidad heterogénea de sistemas y procesos que nos hemos acostumbrado a reconocer bajo el término "comunicación".

Es cierto que sobre los medios y las muy diversas dimensiones de su funcionamiento socio-cultural hay una infinita cantidad de preguntas aún por responder. Es cierto también que los recursos y las condiciones para la investigación sólida y sistemática son sumamente precarias (20). Pero precisamente por ello se hace más necesario que los esfuerzos y los aportes de la investigación académica latinoamericana confluyan en la constitución de un conocimiento más consistente, más específico y mejor articulado sobre la comunicación.

En otras palabras, hace muy poco tiempo que comenzaron a desarrollarse investigaciones **de la comunicación** que vehiculan los medios y de la que no pasa a través de ellos; de las operaciones concretas que en los sujetos, en los medios, en las instituciones y grupos sociales y en los sistemas de representaciones ideológicas producen, reformulan, articulan, confunden y reproducen el sentido de la vida, del mundo y las relaciones sociales, de la cultura y de la propia identidad. La mayor parte de lo que se conoce como "investigación en comunicación", especialmente la referida a los medios masivos y la industria cultural, es más bien investigación **alrededor** de la comunicación o **sobre** sus determinaciones (21).

El cúmulo de conocimientos disponibles sobre estos **circunscriptores** de la comunicación, especialmente los concernientes a las dimensiones socioculturales de escala amplia en que se inscriben necesariamente los procesos y los sistemas de comunicación, es de una enorme utilidad académica y social. Sin ellos no podría ubicarse el estudio de la comunicación. Pero en sí no constituyen la herramienta teórico-metodológica necesaria para comprender y operar, específicamente la comunicación. Y si aceptamos con Héctor Schmucler que "la comunicación no es todo, pero debe ser hablada desde todas partes", además de otras implicaciones tendríamos que asumir y encarar la necesidad de saber qué es y cómo opera, "Desde la cultura, desde ese mundo de símbolos que los seres humanos elaboran con sus actos

materiales y espirituales, la comunicación tendrá sentido transferible a la vida cotidiana" (22).

Es evidente y muy alentador que comiencen a proliferar las respuestas a esta necesidad de investigar la comunicación desde marcos teórico-metodológicos que permitan desentrañar sus operaciones y no sólo sus condiciones o sus "efectos". En **Diálogos** y en otros medios se encuentran valiosas contribuciones en este sentido, que cabe impulsar, discutir, reproducir y aprovechar. La década de los noventa podría estar dedicada intencionalmente al desarrollo de esta tarea, y a la articulación de sus resultados en la investigación con los retos que sigue enfrentando nuestro campo en la formación universitaria, el desarrollo profesional, la identidad cultural y la democracia social.

NOTAS:

1. NIXON, Raymond M. "La enseñanza del periodismo en América Latina" en: **Comunicación y Cultura** N° 2, Ed. Galerna, Buenos Aires, 1974.
2. FELAFACS. **La formación universitaria de comunicadores sociales en América Latina**. FELAFACS/ITESO, Guadalajara, 1983; FELAFACS. **La formación profesional de comunicadores sociales en América Latina. Pregrados y Postgrados 1984-1985**. FELAFACS, Bogotá, 1985.
3. CIESPAL. **Las Escuelas de Periodismo en América Latina**. Seminario, CIESPAL, Quito, 1963.
4. ORDOÑEZ ANDRADE, Marco. "Las condiciones ideológicas y la formación profesional de comunicadores en América Latina" en: **Cuadernos del Centro de Estudios de la Comunicación** N° 6, UNAM FCPyS, México, 1979; FUENTES NAVARRO, Raúl. "Prácticas profesionales de la comunicación. Caracterización y perspectivas de desarrollo ante la crisis". Ponencia en el **IV Encuentro CONEICC**, León, 1986.
5. SANCHEZ VILLASEÑOR, José. "La técnica sometida al espíritu". Carta sobre la fundación de la carrera del CTI en la UIA. México, 1959.
6. NIXON, op. cit.
7. FUENTES NAVARRO, Raúl. **Hacia un diseño curricular dinámico en las escuelas de comunicación**. Ed. Trillas, México, en prensa.
8. FUENTES, op. cit.
9. Se habla de "investigación académica" para distinguirla de la "investigación comercial", aquella que se realiza por encargo para una aplicación determinada, cuyos resultados se entregan al cliente y rara vez se publican, por lo que contribuyen muy poco al conocimiento colectivo.
10. DE LIMA, Venicio A. "Repensando a (s) teoria (s) da comunicação: notas para um debate". en: Marques de Melo (Coord), **Teoria e Pesquisa em Comunicação. Panorama Latino-americano**. Cortez Editora, Sao Paulo, 1983.
11. TREJO DELARBRE, Raúl. "**La investigación mexicana sobre medios de comunicación: modas, mitos y propuestas**". En: Sánchez Ruiz (Comp), **La Investigación de la Comunicación en México, logros, retos y perspectivas**. Edicom/Universidad de Guadalajara, México, 1988.

12. SOLIS, Beatriz y DE LA PEZA, Carmen. "Modelo para armar: una experiencia mexicana". En: **Díálogos de la Comunicación** N° 19, FELAFACS, Lima, 1988.
13. ANZOLA, Patricia y COOPER, Patricio. **La Investigación en Comunicación Social en Colombia**. DESCO/ACICS, Lima, 1985; FUENTES NAVARRO, Raúl. **La Investigación de Comunicación en México. Sistematización Documental 1956-1986**. Edicom, México, 1988; MUNIZAGA, Giselle y RIVERA, Anny. **La Investigación en Comunicación Social en Chile**. DESCO/Ceneca, Lima, 1983; MARQUES DE MELO, José (Coord) **Pesquisa em Comunicacao no Brasil. Tendencias e perspectivas**. Cortez/INTERCOM, Sao Paulo, 1983; MARQUES DE MELO, José (Coord), **Inventario da pesquisa em Comunicacao no Brasil 1983-1983**. INTERCOM/ALAIC, Sao Paulo, 1984; PEIRANO, Luis y KUDO, Tokihiro. **La Investigación en Comunicación Social en el Perú**. DESCO, Lima, 1982; RIVERA, Jorge B. **La Investigación en Comunicación Social en Argentina**. DESCO/ASAICC, Lima, 1986; SANCHEZ RUIZ, Enrique E. (Comp), **La Investigación de la Comunicación en México, logros, retos y perspectivas**. Edicom/U. de Guadalajara, México, 1988.
14. GOMEZ-PALACIO, Carlos y JARA, Rubén. "The growth of communication research in Latin America". Ponencia en la 39 Conferencia de la ICA, San Francisco, 1989.
15. **Chasquí, Comunicación y Cultura, Cuadernos de Comunicación, Cuadernos INTERCOM, Comunicacao e Sociedade, Cuadernos del TICOM, Revista ININCO, Comunicación Social y Desarrollo, Cuadernos de la Realidad Nacional y Lenguajes**.
16. GOMEZ-PALACIO, op. cit.
17. MARQUES DE MELO, José. **Estudo comparativo dos sistemas de Comunicacao Social no Brasil e no México**. Projeto de Pesquisa, INTERCOM/CONEICC, Sao Paulo, 1988.
18. FUENTES NAVARRO, Raúl. **Investigación e Investigadores de la Comunicación e México. Apuntes sobre la constitución de un campo de estudio**. Manuscrito, ITESO Maestría en Comunicación, Guadalajara, 1989.
19. FUENTES NAVARRO, Raúl. "Pensar la Comunicación desde la Cultura". en: **Renglones** N° 11, ITESO, Guadalajara, 1988. También en: **Signo y Pensamiento** N° 14, Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, 1989.
20. FUENTES NAVARRO, Raúl y SANCHEZ RUIZ, Enrique E. **Algunas condiciones para la Investigación científica de la comunicación en México**. Huella N° 17, ITESO, Guadalajara, 1989.
21. Uno de los planteamientos teóricos en que esta precisión queda mejor sustentada y desarrollada está en la obra de Manual Martín Serrano y la "Escuela de Madrid" por él encabezada.
22. SCHMUCLER, Héctor. "Un proyecto de comunicación/cultura" en: **Comunicación y Cultura** N° 12, UAM-X, México, 1984.

NUESTRO PROXIMO NUMERO

USUARIO Y TV. PUBLICA

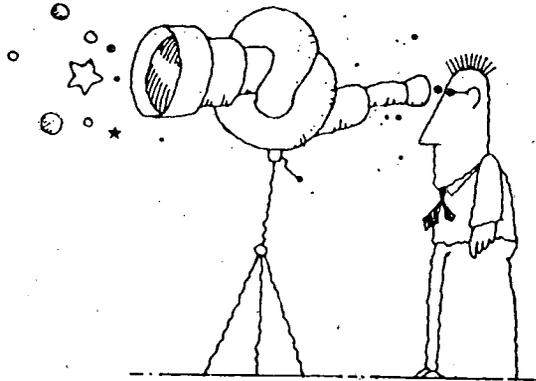
¡Espérello muy pronto!

INVESTIGACION COMUNICACIONAL EN VENEZUELA

—DIAGNOSTICO Y PRIORIDADES—

Como un aporte venezolano del Equipo Comunicación a la investigación en el campo de las comunicaciones y como preparación hacia el próximo encuentro de Brasil de la investigación latinoamericana y mundial, realizamos la Mesa de Redacción, de la cual publicamos la siguiente reseña, durante la cual se hizo un rápido bosquejo de la situación de la investigación comunicacional en el país y los factores que inciden sobre ella, para luego proponer alternativas que se podrían seguir, como prioridades de investigación.

En la Mesa de Redacción participaron Jesús María Aguirre, Marcelino Bisbal, José Ignacio Rey, Gustavo Hernández, Mauricio Hernández, contando además con los invitados Tulio Hernández y Pasquale Nicodemo. El resumen de la reseña estuvo a cargo de Marta Aguirre.



QUIENES ESTAN INVESTIGANDO

Jesús María Aguirre

Comienzo presentando un cuadro breve como antecedente de quienes en este momento están realizando investigación comunicacional. En principio siguen teniendo existencia, al menos nominal, los grupos —yo diría históricos— como el ININCO y el

Equipo COMUNICACION, dedicados sobre todo a la diseminación de producciones de varios ámbitos, y hoy con una baja producción creativa y original.

Han ido desapareciendo sectores antes ligados al Estado, como el Departamento del Ministerio de Información y Turismo, ya eliminado hace tiempo, que rendía al menos servicios estadísticos sobre los medios o informes coyunturales que requería el ejecutivo. Este personal se reubicó en las parcelas académica y privada.

En el ámbito universitario permanecen los Departamentos de Metodología e Investigación, vinculados a las Escuelas de Comunicación (UCV, UCAB, LUZ, ULA-Táchira...) que generan una producción vinculada a los Trabajos de Ascenso de los profesores y a las memorias de pregrado más que a proyectos de investigación como tales.

Al margen de las Escuelas de Comunicación Social, otras Facultades de Humanidades y Ciencias Políticas o de varias universidades se han sumado a la investigación comunicacional desde otras perspectivas disciplinarias. Lingüistas como Teresa Espar de LUZ, Adriana Bolívar de la UCV, o sociólogos como Arístides Torres (recientemente fallecido) de la Simón Bolívar, etc. han explorado la tipología del discurso político, las modalidades de las sucesivas campañas políticas, los cambios de opinión a partir de la crisis del 27 de febrero, etc. Y creo que ocurre otro tanto en las escuelas de sicología y de derecho, aunque sea en menor grado.

Es claro el declive general tanto en Caracas como en el interior, particularmente en Barquisimeto y Maracaibo, y para nadie es desconocido el desplazamiento de los investigadores, tradicionalmente vinculados a entes públicos o académicos, hacia las asesorías privadas del más variado estilo como "Datos", "Conciencia 21", "Asesorac".o "Cidesco":

Tullo Hernández

Haciendo un inventario mental sobre la situación en que se encuentra la investigación, nuestra primera evidencia es que existe, de entrada, dificultad para saber dónde está la investigación porque no hay publicaciones que revelen investigaciones de largo alcance. La publicación que de más cuenta de lo nuevo es **Apuntes** de la Escuela de Comunicación, que inició Marcelino Bisbal en la UCV, donde se mezclan diversos tipos de trabajos. Además como no hay encuentros de investigadores tampoco hay lugar donde confrontar lo que se está desarrollando. Yo no fui al Encuentro de Maracaibo pero para mí fue algo así como underground, medio clandestino.

En Venezuela, en este momento no existe la investigación de la comunicación como práctica institucional colectiva ni como movimiento. Existen apenas prácticas aisladas e individuales. Y existe la apertura de terrenos nuevos, o mejor dicho, el cambio en viejos terrenos como son la investigación de mercado, las encuestas de opinión, que hoy en día se constituyen, prácticamente, en la fuente de datos más sólida cuando uno trata de hacer algún ensayo o se trata de abordar un tema en particular.

Creo que en este momento el grueso de la producción teórica y de la

investigación práctica, histórica, sociopolítica, se está dando en la tesis de grado de las universidades; si entendemos investigación en el sentido más justo, es decir como producción de nuevos conocimientos y de sistematización de información ya producida.

La segunda constatación importante que se puede apreciar es la fragmentación del objeto comunicación. Es decir, durante mucho tiempo privó la hegemonía de la investigación de fondo sociopolítico, macro, que estudiaba los grandes procesos de comunicación, dejando de lado todo lo que no se hacía desde ese enfoque. Ahora creo que cada vez más se va a tender hacia la investigación de hechos aislados. Y ha surgido un nuevo tipo de investigación que intenta darle a las investigaciones que son realizadas por razones comerciales específicas un soporte metodológico, académico que tradicionalmente estas investigaciones no se planteaban.

Y creo que hay una tercera línea de investigación que no tiene nada que ver con estas tradicionales que he mencionado, que está más ligada a las asesorías, a las recomendaciones para la acción o al diseño de estrategias comunicacionales, que no llegan todavía a ser investigación en el sentido estricto, ontológicamente, pero que son áreas productoras de nuevos conocimientos. Los rastreadores ambientales, como les gusta llamarlos a José Díaz Graffé, un especialista en esa área, son gente que empieza a realizar pequeños trabajos, pequeñas indagaciones, ya sea para percibir a la opinión pública, para evaluar tendencias, megatendencias o macrotendencias en el campo de las comunicaciones o ya sea para ver cómo hace para aplicar las técnicas tradicionales de la publicidad a los problemas sociales; por ejemplo, cómo utilizar técnicas tradicionales de persuasión para luchar contra el cáncer intrauterino o para luchar contra el embarazo precoz o para luchar contra el problema de la delincuencia en los barrios, pero ya ésta no es una misión de publicistas como lo fue antes, sino de gente que proviene de campos muy diversos y a los cuales la realidad les empieza a exigir que ya no se ocupen solamente de la crítica sino que estén en capacidad de dar respuestas a problemas concretos.

Que sea en estos tres escenarios donde se están gestando en este momento prácticas de investigación revela varios puntos fundamentales; uno, que las instituciones que produjeron anteriormente la investigación están en una crisis absoluta y dos, que, obviamente, el impacto de la crisis de los modelos sociopolíticos que orientaron la investigación académica ha dejado una laguna. Y entonces tendríamos que ubicar dónde está el nuevo territorio, cuáles son las nuevas necesidades y a qué debe responder esta nueva investigación que se está empezando a gestar.

Pasquale Nicodemo

En principio señalaré tres grandes grupos que realizan investigación, el sector público, el sector privado y las universidades. En el sector público veamos quién realiza investigación: el Ministerio de Comunicaciones debería producir algún tipo de información. Cuando existía el Ministerio de Información y Turismo, allí se creó el Departamento de Análisis de información y específicamente de los medios. Pero actualmente en la OCI

no se investiga. En el Ministerio de Justicia puede conseguirse algún tipo de información y el Ministerio de la Familia está realizando investigación especialmente orientada hacia el sector juvenil. Y está la OCEI que no solamente realiza los censos cada diez años sino que realizan investigación en forma continúa, aunque los comunicadores no muestran mayor interés en solicitarles información. Actualmente están realizando un índice de bienestar social, dada la inquietud de los países del Tercer Mundo por obtener este tipo de información. Han escogido una muestra de 10.500 hogares en toda Venezuela, con el desempleo como variable clave, y ninguna institución de comunicación se ha acercado a ellos aunque en las encuestas por ser de propósito múltiple se podrían incluir elementos de comunicación a investigar.

En el sector privado hay dos organismos: ANDA que asocia a los anunciantes y distribuidores y FEVAP que agrupa a las agencias de publicidad. ANDA inició el estudio del perfil de lectores, a través de la contratación de empresas de investigación, que luego compraban las agencias y los anunciantes. Otro estudio macro de opinión pública, de interés global, es el mal llamado rating, el estudio de audiencia que realizan varias empresas y se vende por suscripción. También se contratan los estudios de mercado y en estos momentos hay unas 40 ó 50 empresas que prestan sus servicios de investigación.

Sin embargo en muchas empresas se realizan investigaciones que se desconocen porque no se publican; son investigaciones micros que realiza cada anunciante, de uso interno, como los estudios de mercado de sus productos y para ello cuentan con sus propios departamentos de investigación en los cuales diversos profesionales de la estadística, sicólogos, sociólogos, antes de diseñar una campaña realizan investigación cualitativa y cuantitativa. Lamentablemente los datos que obtienen son confidenciales.

En las universidades se producen las tesis de grado, pero con el interés individual de optar al título de grado; pero luego ¿se hace uso de los resultados de esas investigaciones? Yo tengo mis dudas. Cuando se investiga, tenemos que preguntarnos para qué sirve. En las Universidades, sin generalizar, las tesis pueden servir como antecedente de otras investigaciones pero es en el sector privado donde se investiga para algo, por supuesto con objetivos comerciales, pero sirven para la toma de decisiones.

Marcelino Bisbal

Hay un aspecto, que en estos momentos llama la atención, y que tiene que ver con los escenarios en donde se ubique el investigador. Dos escenarios que en las décadas de los años sesenta y gran parte del setenta estuvieron contrapuestos. No significa que hoy día no sigan enfrentados, pero la cosa es más sutil, porque uno domina al otro, al menos en el escenario de la opinión pública. Es decir, uno suena más que el otro, está más atento a lo que está pasando porque le interesa desde su punto de vista y objetivo.

Por un lado está el escenario del sector privado y por el otro el académico que

correspondería a las Universidades y centros de investigación dependientes de alguna esfera y manera del sector o área académica. Y aquí se ha dado un desplazamiento en cuanto a la calidad de la investigación que se está haciendo, en cuanto a la utilidad de la misma y en cuanto a la utilización de novedosas metodologías de investigación.

Antes, en la década de los años sesenta y setenta, la investigación que se hacía en las Universidades, es decir, en el ámbito de lo académico estaba a la cabecera, en la punta de la producción teórica que se producía con esa investigación. Y la otra, la investigación del sector privado estaba más bien rezagada, era demasiado "utilitarista", de uso inmediato, razón por la cual su teoría y sus métodos no eran nada novedosos, o simplemente no aportaban nada nuevo al conocimiento. Hoy creo que la cosa ha cambiado. Se ha dado un desplazamiento. La investigación de lo académico, con muy contadas y raras excepciones, sigue repitiendo los mismos esquemas de análisis/reflexión, las mismas metodologías muy ligadas a la llamada "teoría crítica" y son realmente muy poco útiles sus resultados pues no dan cuenta de lo que está pasando en el ámbito de la comunicación y de la cultura. Incluso, algunos han llegado a decir que esas investigaciones han perdido el "método" de investigación, que se requiere construir una epistemología para la comunicación y desde allí partir de nuevo. Y en el otro lado, en el sector privado, en la medida en que la economía se ha introducido en todos los campos, al igual que la comunicación/cultura, allí se han visto obligados entonces a asumir nuevas metodologías de investigación, renovadas metodologías, de utilidad inmediata pero no por ellos menos importantes, ha habido y está habiendo la aplicación de nuevas teorías y de estudios nuevos tratándose de dar cuenta real de lo que está pasando con la comunicación y la cultura. Yo noto ese desplazamiento: en la publicidad, en las grandes empresas, corporaciones, en algunos sectores de medios...

Otro aspecto que me llama la atención y que tenemos que tocar. Está relacionado de alguna manera con lo dicho antes. Habría que preguntarse: ¿qué tipo de investigación estamos haciendo en los niveles del pregrado y en los llamados trabajos de ascenso de los profesores? ¿a quién le es útil esas investigaciones? ¿qué se está investigando, para qué y por qué? Todas preguntas pertinentes de contestar y mucho más ahora con todos los cambios que se están produciendo en el mundo. Me atrevería a apuntar, simple intuición, que hay un grueso (más por la cantidad que por la calidad) número de trabajos de licenciatura que están repitiendo siempre lo mismo, ya sea en el ámbito de la publicidad, los medios, ... No se está innovando. Y eso es debido, creo yo, a las técnicas que estamos empleando y a cómo enfrentamos el objeto de investigación. Son investigaciones "útiles" para graduarse o ascender en el escalafón, pero muy pocos de esos trabajos, son muy contados, dicen algo novedoso y dan cuenta real de lo que está pasando en la comunicación, la cultura y la información. Creo que lo mismo está ocurriendo en los trabajos de ascenso de los profesores.

No se, de repente estoy siendo exagerado, si eso mismo está sucediendo en otras Escuelas y Facultades que asumen la investigación de la comunicación. Por lo menos, lo que uno ha visto y lo que ha revisado, pareciera que allí también está ocurriendo la misma cosa.

Y finalmente, para darle el chance a los otros, sería de gran interés el hacer una

investigación acerca de lo que se está investigando —aunque sea para cumplir el trabajo de licenciatura—, cuál es el interés de las nuevas generaciones, hacia dónde ellas se inclinan/orientan, por qué campos de la comunicación y la cultura... Al igual que sería importante ver, investigar y reflexionar por dónde se han orientado en los últimos años las investigaciones del país, cuáles han sido sus centros de interés, sus desplazamientos, sus paradigmas y sus confrontaciones sociales. Este trabajo ya ha sido hecho en algunos países del continente, por ejemplo en Brasil y en México. En Venezuela todavía espera por hacer. Insisto que sería de gran interés para todos.

José Ignacio Rey

Mi comentario tiene que ver con lo anterior, pero apunta también a lo que luego será tema de la segunda parte de la reunión: propuestas para la investigación del futuro.

Pienso que estos datos que se han aportado son evidentes, forman parte de nuestra realidad investigativa. Pienso que un equipo como el nuestro, con orientación propia, no puede eximirse del necesario discernimiento acerca de lo que, en esta área de investigación, viene ocurriendo. A pesar de nuestra propia debilidad, nos cabe al menos la pregunta sobre la eventual necesidad de reorientar dichos procesos en curso.

En relación a las tesis de pre-Grado y trabajos de ascenso, se ha subrayado aquí que los mismos, por responder a requerimientos académicos personales y por utilizar una metodología pobre y trasnochada, no tienen mayor alcance ni importancia. Sin negarlo del todo, prefiero subrayar algunos aspectos positivos.

Precisamente por responder a requerimientos personales, dichas investigaciones están más libres de requerimientos corporativos. No se elaboran para tratar de justificar un sueldo cobrado. Por lo mismo, garantizan en mayor grado independencia investigativa y actitudes más desinteresadas. La Universidad no presiona a la hora de elegir o descartar determinados temas. Es cierto que a esas investigaciones no se les da uso ni continuidad. Suelen ser dispersas. El aparato instrumental que utilizan es con alguna frecuencia deficiente. Por compensación, tienen el valor de un cierto desinterés motivacional, de una cierta pureza motivacional.

Se puede subrayar, por otra parte y sobre todo en relación a las tesis de pre-Grado, que, ya que están hechas por gente muy joven, en las mismas puede ser particularmente significativa la elección de los temas. Se puede constatar ahí, concretamente, cómo la generación más joven percibe los problemas comunicacionales y cuáles son las áreas de su mayor interés espontáneo. Se puede suponer—pienso—que esa generación tiene una especial sensibilidad para la comprensión, intuitiva, de un entorno en proceso acelerado de cambios.

Se ha dicho también que están en alza las investigaciones que no provienen ni de las Universidades ni del Estado, sino las que, motorizadas por la publicidad en un sentido amplio y por exigencias mercadotécnicas, provienen de la empresa privada y responden a intereses corporativos privados. Ese es un dato innegable, pero en manera alguna pueden dejarse en la sombra las causas. En esa dirección precisamente quisiera

aportar alguna luz, desde la perspectiva del área de mi mayor interés académico, la filosofía política.

No es casual ni necesariamente beneficioso el hecho constatable de la decadencia de las investigaciones que tradicionalmente provenían de instituciones públicas. La decadencia de todo lo público en Venezuela no sólo se debe a debilidad intrínseca del propio Estado (incapacidad, ineficiencia, desprestigio... de los gobiernos), sino a presiones extrínsecas que responden a intereses muy concretos. No pueden ocultarse ni la onda neoliberal que nos abruma, ni los procesos compulsivos y acelerados de privatización, ni tampoco una bien orquestada campaña publicitaria en contra del poder de decisión del Estado. Desearía que nuestra discusión posterior no quedara descontextualizada de las grandes líneas de fuerza económica y política que están actuando hoy sobre el Estado venezolano. Un Estado disminuido por propia responsabilidad o a la fuerza (o por las dos cosas). Disminución, decadencia inducidas en un Estado progresivamente fragmentado. Esto es particularmente grave en países, como el nuestro, con historia traumática de prolongado subdesarrollo. Y conste que esta reflexión mía responde sólo a una observación desprejuiciada de nuestra historia y de nuestra realidad.

Decía Tulio Hernández hace un rato que en las nuevas investigaciones el objeto comunicacional aparece fragmentado. No puede extrañarnos, ante la ausencia de investigaciones "macro" que normalmente procedían de instituciones públicas. En un área totalmente sometida al libre juego de la oferta y la demanda, en un país donde la fuerza está en pocos poderes privados, no puede extrañar la ausencia de interés por diseños de política global.

Pienso que un grupo como el nuestro no puede aceptar sin más la dinámica impuesta de lo factual. En nuestra condición de grupo independiente (del Estado y de la empresa con fines de lucro), tenemos obligaciones que apuntan sólo a intereses nacionales. Este grupo de investigación se origina y está soportado por una institución religiosa (la Compañía de Jesús) que no tiene otro interés que el de prestar un servicio social, por cierto desde una opción preferencial por los más débiles y con un énfasis particular en la línea de la justicia social.

Creo que hay motivaciones suficientes para que, en la época de las fragmentaciones, no abandonemos las investigaciones "macro". Es hoy más necesario que nunca tratar de reconstruir el objeto, más y más fragmentado, de las comunicaciones. Es preciso seguir el hilo a los grandes procesos de la comunicación moderna, así como aportar sugerencias sensatas y viables que permitan, también hoy y concretamente en Venezuela, el diseño de una necesaria política nacional de comunicación.

Tulio Hernández

Yo creo que hay que distinguir entre lo que está ocurriendo y nuestra sorpresa ante los desplazamientos hacia donde se realiza la investigación. El hecho de que un conjunto de tesis, por ejemplo, no llene los requisitos metodológicos que un sector de

la sociedad atípica, como es el sector privado, minoritario, ha logrado; y que su utilización no esté, tal vez, al servicio de una aplicación inmediata, no quiere decir que no sea allí donde están empezando a olfatearse, a digerirse, los problemas de comunicación que están empezando a ser sentidos como prioritarios en el país. Porque, independientemente de la hegemonía que ejercen los profesores y de las orientaciones que marcan, los estudiantes, y también los profesores jóvenes, empiezan a responder ante la nueva realidad. Yo hace tiempo que no dirijo ninguna tesis que esté marcada dentro de esa tradición de la teoría crítica; por ejemplo se realizó una tesis sobre el comportamiento del usuario ante las parabólicas, no para demostrar a priori que ellas lo trasculturizan, lo aniquilan, sino que más bien llegamos a conclusiones totalmente distintas, por la vía de las exploraciones no cuantitativas, sino meramente cualitativas, corriendo el riesgo incluso de la improvisación metodológica porque no somos expertos en esa materia. Yo he dirigido tesis sobre el problema de lo alternativo, y el tema no lo he forzado yo, para demostrar que las teorías de lo alternativo no servían o que que eran míticas o utópicas. En la Escuela de Comunicación se han hecho tesis como "Las diez películas más taquilleras del cine venezolano" las cuales fueron descompuestas en unidades dramáticas para conocer que es lo que le interesa a la gente en Venezuela en relación al cine. Yo sí creo que hay una modificación en las temáticas y en los métodos, pero, por supuesto, en unas escuelas atrasadas en relación al país no se puede exigirles más.

Por otra parte, creo que con respecto al tipo de investigación micro, particular, que realiza en Venezuela el sector privado, habría que preguntarse si no será que lo privado que domina en Venezuela está todavía tan atrasado como el Estado, en la medida que no dirige la investigación hacia lo macro, es decir hacia los problemas colectivos: En Estados Unidos buena parte de la investigación macro, colectiva, como hacia dónde van las grandes tendencias de opinión o sobre qué está pasando con la democracia y los medios, es del sector privado. Quiero decir con esto que no es una condición propia del sector privado, del mundo capitalista, los estudios micro, sino que es en Venezuela donde la empresa privada no ha tomado conciencia de su responsabilidad pública en el terreno de las investigaciones de comunicación, interés que sí ha demostrado en la investigación de otras áreas.

En todo caso, creo que lo que se está planteando hoy día en nuestro campo no es que sea necesario recuperar la investigación macro para recuperar la preocupación por lo público, porque esta última puede ser también micro. Por ejemplo, yo puedo investigar el comportamiento de los niños frente a determinado programa televisivo, lo cual es una investigación micro, pero si la voy ubicando dentro de sus posibilidades de generalización, de manera que sirva para el acercamiento del conocimiento del país o para desarrollar estrategias desde el tipo comercial hasta campañas de interés público, estoy ya convirtiéndola en una investigación de interés colectivo.

Ya paso al segundo tema, hacia dónde debemos ir, y creo que un síntoma interesante es la aparición de lo que yo llamo los "nuevos privados", es decir gente como CIEDESCO o como yo, personalmente estoy tratando de organizar un Centro de Estrategia de Comunicación o como muchos otros grupos para los que la preocupación por el conocimiento, por la investigación no está reñida ni con la aplicación inmediata de

un cliente, llámese UNESCO, llámese una empresa del Estado, ni está reñida con la posibilidad de seguir creando un tipo de conocimiento donde el interés por lo colectivo esté presente. A nivel mundial, en el terreno de las comunicaciones, se han producido cambios totales. Ya estamos prácticamente en un modelo de civilización distinto, pero lo importante es saber que viejas preguntas siguen vigentes, sobre el significado de las comunicaciones, sobre su utilización, sobre el papel a cumplir por los públicos. Y hay un tema que todavía no hemos abordado seriamente que es la comprensión del fenómeno comunicación, la comprensión de las relaciones entre lo que la gente consume y lo que hace, y puntos que señalaron hace tiempo algunos investigadores, como Martín Barbero, ¿cuáles son las relaciones que se dan, no de causa y efecto, entre lo que la gente hace y el significado cultural colectivo de las comunicaciones?. Creo que por la vía de ir entendiendo ¿dónde están ocurriendo las mayores innovaciones metodológicas?, ¿cuáles son las temáticas que están privando? y también ¿cuáles son las preguntas que se están dejando de responder? y ¿cuál es el nuevo escenario de interés público? (porque no es necesariamente el Estado, como creímos siempre). Las preguntas sobre la democracia y la participación siguen estando vigentes, el problema es en qué terreno, público o privado, las respondemos y es aquí donde tal vez tengamos que reconocer, y creo que es lo que está de fondo, que estamos hablando de campos distintos y el tema de la comunicación como en el pasado se planteó ya tal vez no existe. Es decir, hoy existe fragmentado y habría que empezar a vivirlo así. Por ejemplo, en este momento nosotros estamos montando un centro de investigaciones sobre cine en la Cinemateca Nacional y obviamente allí en ningún momento nos hemos planteado análisis ideológico ni teoría crítica. Estamos empezando desde cero; vamos a organizar la memoria del cine venezolano, paso a paso. Luego vamos a plantearnos economía política del cine, ¿cuál es la relación costos, beneficios, audiencia, taquilla, producción? para después enfocar el estudio al problema cultural, a la narrativa, a la estética, a la ensayística, al pensamiento. Este puede ser un centro de investigaciones a muy largo plazo y más focalizado hacia la relación de los contenidos, al igual que si guardamos la pintura o conservamos la literatura, y empezar a ubicar a la comunicación masiva en otro rango, no despreciable, adonde se la había colocado.

HACIA DONDE DIRIGIR LA INVESTIGACION

Pasquale Nicodemo

Preguntándonos qué hay que investigar ahora yo voy a referirme a la calidad total que actualmente está tan de moda en todo el mundo, aunque fue en Japón donde se comenzó a aplicar ese concepto. Ya que en Venezuela, en la industria petrolera, en las grandes empresas e incluso en el sector público hay un decidido interés por aplicar la calidad total, nosotros tendríamos que estudiar ¿cuál es el rol de la comunicación en el proceso de calidad total?, que a mi parecer es tan relevante como la importancia que

se le da en el proceso al método estadístico.

Con respecto al futuro de la comunicación existe otra gran preocupación referida a la creación de una base de datos computarizada en el país. Yo sé que en esta institución existe una, pero nosotros hemos hecho muchos intentos sin que todavía tengamos resultados.

Y esta es otra gran preocupación que nos parece oportuno plantear es la siguiente: en mercadotecnia están cuatro grandes factores, que yo llamo la mezcla de las 4 P, que son el producto, el precio, la plaza (o distribución) y la promoción. En cada uno de estos factores, nosotros hemos definido estudios e investigaciones, con basamentos históricos y metodología propia, y pienso que esta concepción podríamos trasladarla a los cuatro factores de la comunicación, que son emisor, mensaje, medio y receptor. Mi formación es empírica, no soy un teórico de la comunicación, por eso pienso que habría que empezar a estudiar cuáles son las investigaciones que se han hecho relacionadas con cada factor de la comunicación para luego proseguir el estudio trasladando las técnicas aplicadas en mercadotecnia.

José Ignacio Rey

Ya que la metodología de la investigación en el área de lo privado, básicamente motivada por la mercadotecnia, está tan adelantada, es más que razonable que la conozcamos y la aprovechemos, en el marco de nuestros proyectos. Sin resistencias, pero sin mimetismos. Alejados de cualquier moda, pero abiertos a cualquier aporte valioso. Nuestro compromiso es sólo con la ciencia y la ciencia debe estar orientada siempre al servicio de todo el hombre y de todos los hombres. Sin reduccionismos. Multidisciplinariamente.

Jesús María Aguirre

Personalmente una de las preguntas elementales que me hago es ¿cuáles son condiciones de posibilidad de la investigación en cada uno de los ámbitos de referencia donde nos movemos? y si es posible mantener el dualismo radical entre lo que llamamos sector público y privado. El sector privado comercial genera su propia investigación respondiendo a sus demandas y cuenta para ello con recursos. Por otra parte es el sector que absorbe la mayor parte de los recursos universitarios así sean profesionales o investigadores. Lo que no está tan claro es el aporte investigativo de los centros universitarios, cuando sobre todo, comenzamos por confundir lo que creemos importante con lo que es factible sea a nivel de pregrado o postgrado. Para mí este problema es previo y afecta consecuentemente al valor de uso del producto final. Por ejemplo, ¿las tesis no se consultan porque hay dificultades de acceso o porque simplemente no responden a necesidades sentidas, fuera de la función que cumplieron de llenar un expediente?

Si no acometemos problemas a los que podamos responder, o demandas que podamos solucionar, en el contexto del país, de la región y aun de la misma universidad, dislocamos nuestras escuelas, realizando ejercicios teóricos paralelos o propuestas de deseos fantásticos que no inciden en el entorno; ni transforman nada y no son sino refritos de ideas apuntadas en los inicios del 70 sin un ápice de avance. Y esto me parece grave cuando la mayor parte de los profesionalizados por nuestras escuelas tiene que vivir en simbiosis con la publicidad y la producción cultural industrializada, y cuando en las universidades no hemos analizado siquiera cosas tan elementales como el problema de sobreoferta de graduados de nuestras escuelas de comunicación; ni tenemos una idea de la situación de nuestros egresados; ó ni siquiera hemos evaluado los rendimientos dedicados a la formación o descubierto los nuevos perfiles emergentes.

Hoy ninguna escuela de comunicación está en condiciones de ofrecer adiestramiento y menos investigación sobre procesos comunicacionales punteros y cada día se hace más apremiante la definición de ellas en relación con las empresas de medios y centros de investigación. De otro modo se convertirán en una especie de escuelas de segunda clase o de bajo nivel académico, dedicados a ofrecer una amalgama de Sociología y Psicologías, que pueden llamarse comunicología o lo que se quiera, pero que no responden al dinamismo del sector comunicacional, ni a los requerimientos concretos del país.

Por eso la mezcla entre los objetivos profesionales de las escuelas, la relación con las empresas, y la dualidad en el rol de los docentes-prácticos y los docentes-investigadores, requiere sincerar las prioridades de la carrera de comunicación, las limitaciones investigativas asumibles en un pregrado por parte de alumnos y docentes, y plantear la asunción más sistemática de los postgrados para institucionalizar la investigación. Ahí podrán desarrollarse unos espacios que no sólo puedan contratar con las empresas, sino desplegar investigación sobre potencialidades alternativas de la comunicación en el campo de la educación a distancia —más allá de las experiencias marginales—, de la producción cultural masiva, o en general, de la atención de áreas y destinatarios desasistidos o con baja participación social.

Tulio Hernández

Yo creo que el sector privado tiene muy claros sus lineamientos de investigación, responden a sus necesidades, de acuerdo a su relación pragmática con el mercadeo o con la imagen corporativa. Pero creo que debe, que va a venir otro concepto de lo privado que se preocupe por otros temas. Pensando en Venezuela y la contradicción en que se encuentra y en un continente que está condenado a la pobreza, por lo menos en los próximos diez años y sin posibilidades de respuesta ante una tasa de crecimiento extraordinaria y en un mercado mundial de telecomunicaciones que se ha modificado sustancialmente con la entrada de las nuevas tecnologías y con formas novedosas de

circulación, conservación y procesamiento de la información de entretenimiento, yo creo que deberíamos ocuparnos de orientar en las tesis de grado, y a nuestros colegas, sobre estos temas. Hay cosas nuevas y cosas viejas que hay que investigar. La primera que me preocupa para América Latina, y para Venezuela en particular, es la historia de los medios, la radio, el cine, la televisión, pero no una historia sociopolítica, sino la organización de la memoria colectiva: lo que ha ocurrido en estos medios de masas, desde la historia de Radio Rochela, sin taparse la nariz, hasta la historia de los programas de opinión.

Como segundo tema, yo creo que hay que empezar a investigar el problema de la gerencia de las comunicaciones en su sentido más amplio, desde la práctica popular de la comunicación hasta preparar recursos humanos sofisticados. Obviamente, es mejor tener en un canal de televisión a un gerente bien capacitado académicamente a uno que sea formado en otro territorio. Creo que para la gerencia de las comunicaciones tiene que haber una preocupación más sistemática poro experimentar, y eso es una forma de investigación aunque no tenga que ver con tesis o hipótesis. Creo que con mucha responsabilidad, las escuelas y los institutos y quienes orienten la investigación deben preocuparse por el diseño y la gerencia de grandes proyectos de interés social, pero no me refiero en el ámbito de la comunicación política sino a campañas masivas que afronten los problemas que afectan a América Latina, contra la pobreza, el SIDA, el hambre, la droga, porque esas son las áreas donde se van a concentrar los esfuerzos y los recursos que vengan del exterior. En esto la comunicación debería tener una experimentación, distinta a lo que se ha hecho con comunicación popular, aprovechando la confluencia de las nuevas técnicas del marketing y de la publicidad aplicada en estos campos.

Luego creo que habría que reforzar la investigación sobre lenguajes, pero no en términos semióticos, sino que dado un mundo de competencia, la posibilidad de competir con los mensajes transnacionales exige una altísima calidad de la producción nacional audiovisual. Y debería haber un aporte de los investigadores de la comunicación para la mejora de esos lenguajes, dándose una verdadera integración con los narradores.

Y por último creo que habría que hacer un gran esfuerzo por capacitar cada vez más a la gente sobre los problemas relativos a la opinión pública e investigar sobre ella permanentemente, tanto en términos pragmáticos de necesidades de un grupo, de un partido, como en términos científicos, académicos, sociopolíticos. Pulsar sistemáticamente lo que está ocurriendo en la opinión, teniendo claro dos cosas; que en el mundo entero, no sólo en Venezuela, la capacitación se está dando cada vez más fuera de las universidades porque éstas no tienen capacidad para responder a los niveles tan específicos de demanda en el mundo de la información; y que estamos en un proceso de ajustes y reajustes (ya, incluso, la moda neoliberal se está rediscutiendo) que nos lleva a recuperar la preocupación por la sociopolítica, sin que esto nos obligue a seguir planteando los viejos esquemas de relación entre Estado, democracia y comunicación.

Antes de hablar acerca de las prioridades actuales en investigación de la comunicación, quisiera dejar precisado un par de cosas, que en mi anterior intervención quise hacerlo y realmente no se pudo hacer. Mucho más, después de haber escuchado algunas otras intervenciones.

En primer lugar, creo que se la ha dado mucha importancia a la investigación que se está haciendo a través de los trabajos de licenciatura o tesis de grado de los futuros egresados de las Escuelas de Comunicación Social del país. Es evidente que allí, en términos cuantitativos hay un gran volumen de trabajos, pero habría que preguntarse acerca de la calidad de esas investigaciones y a quién sirven, a quién están siendo útiles; más allá de cubrir el requisito para obtener el grado universitario. Y en ese sentido creo que hay que ser críticos, hay que valorar en su justo lugar el aporte de esos trabajos. Siempre hay sus excepciones, y a ellas no nos vamos a referir pues ya lo ha hecho Tulio Hernández en una de las intervenciones.

Decía entonces, en mi anterior intervención, que en esos trabajos no encontramos demasiados aportes para entender en estos momentos lo que está pasando en el mundo de la comunicación actual. Las metodologías que se emplean no son las más adecuadas para aprehender ciertas y particulares realidades: o se emplea una crítica excesivamente "culturalista" del fenómeno de la comunicación como integrante de la cultura masiva, se sigue empleando la llamada "teoría crítica" sin mayor aporte y renovación para lo que hoy está ocurriendo; o simplemente se usan técnicas empíricas que dicen muy poco acerca de los efectos y de los usos de la comunicación actual. Esa misma observación yo la encuentro en los trabajos de ascenso de los profesores. En definitiva, hay allí en las Universidades un grueso de investigaciones —muy grande—, pues todos los años alumnos egresan de las Escuelas de Comunicación y todos los años —en menor grado— ascienden en el escalafón profesores.

En segundo lugar, creo que hoy en América Latina y en el mundo es importante decir que la investigación de la comunicación no es exclusivamente una tarea de los periodistas, de los profesionales de la comunicación en general, ni siquiera de los llamados comunicólogos. Es más una tarea, un "oficio" que debe abarcar a más gente, a otros profesionales tanto de las ciencias sociales como de otras ciencias ramas del saber. Digo esto por todo lo que está ocurriendo en las sociedades y en donde la comunicación es un elemento más y además es el "escenario" donde se observan, discuten, se propagan todos esos cambios. Aparte de que estamos en medio de un mundo de la información: es la información como poder, la información como cultura, la información como problema político-ético, la información como un ingrediente de las culturas masivas... es un mundo de la comunicación y de la cultura. Pero no un mundo de la comunicación de élites, de la cultura de élites, no un mundo de la comunicación popular, de la cultura popular sino un mundo de la comunicación y la cultura masiva que, nos guste o nos disguste, es una realidad insoslayable y que está allí presente. Y si eso es así, cosa que observamos a diario y a nuestro alrededor, la investigación de ello es compleja y requiere del concurso, de la participación de otra gente que rebasa el simple

oficio del profesional de la comunicación.

Con esas dos precisiones de base, desde mi punto de vista paso rápidamente a establecer cuáles deben ser las prioridades en investigación de la comunicación para la década de los noventa. Veamos:

*Por los cambios que estamos sufriendo en política, en economía y en cultura, creo que es fundamental investigar con seriedad y profundidad el proceso de recambio que está sufriendo el oficio del comunicador. Nuevos papeles, nuevas funciones están emergiendo y los profesionales están siendo colocados en nuevas tareas. Hay que investigar eso para adecuar la profesión y las escuelas a ello.

*La relación comunicación-culturas masivas es otro tema, casi permanente diría yo, de investigación. La hegemonía de esa forma de cultura masiva, cómo afecta a las nuevas generaciones, qué hacen ellas con esa cultura masiva, qué hacen las otras gentes. ¿Quién influencia a quién? Creo que debe ser una investigación no para buscar que hay de malo en esa cultura masiva, sino todo lo contrario: qué hay de útil en ella para la gente, para las relaciones sociales, para la sociedad, para los problemas,...

*El fenómeno de las nuevas tecnologías de la comunicación y la cultura. Pero no desde la perspectiva de la dependencia, de la transnacionalización, o si se quiere también. Pero creo que sería más útil para nuestros países saber cómo se dan nuevos usos de esas nuevas tecnologías en distintos contextos, qué procesos de reorganización cultural ellas introducen, qué procesos nuevos de percepción asumen las gentes... Y también para qué le son útiles esas nuevas tecnologías en sus comunidades, en sus vidas.

*Creo que el aspecto de la identidad cultural es también hoy prioritario. Una investigación estrechamente ligada a las prioridades anteriores. ¿Se puede seguir hablando de identidad? ¿Cuál es entonces? ¿Dónde está ella y en qué parte del sector de lo culto, de lo popular o la cultura masiva? Esta investigación es importante hoy más que nunca, debido a la transnacionalización, al "mestizaje" a la "hibridación" de lo político, de lo cultural, inclusive de la vida cotidiana.

*La idea del poder y del Estado, pero en perspectiva comunicacional y cultural. Creo que allí hay otra prioridad. El sentido de lo público y de lo privado. ¿Lo público como escenario exclusivo del Estado? ¿Cuáles deben ser las acciones del Estado en relación a la comunicación y la cultura en estas nuevas perspectivas que viven nuestros países y el mundo en general?

*Un aspecto que debe ser también prioritario tiene que ver con el campo de la metodología de la investigación. Creo que hay que tantear, por ensayo y error si se quiere, y ver cuál o cuáles de esas metodologías dan mejor cuenta de la realidad comunicacional.

*Y finalmente, el tema de las alternativas comunicacionales sigue estando allí presente. Pero una investigación que parta desde la cultura masiva de los medios.

Voy a señalar como proposición diez temas de investigación que según mi manera de pensar y de acuerdo a lo que he venido señalando me parecen prioritarios. Aun a riesgo de parecer trasnochado, creo que como primer tema a investigar sigue teniendo gran vigencia el diseño de una política nacional de comunicaciones para Venezuela, que no existe. Me parece que es coyunturalmente importante defender, y reforzar el papel del Estado en el área de las comunicaciones frente a la abrumadora ola neoliberal que actualmente se impone.

Como segundo tema propongo la adaptación de las nuevas tecnologías a nuestro modelo de desarrollo. Esto supondría, claro está, que tengamos un modelo de desarrollo propio, y habría que ver si existe o no. Es plantearse que las nuevas tecnologías no entren a manera de avalancha, sino que existan realmente criterios para seleccionar tecnologías acompasadas a nuestro modelo y a nuestro momento de desarrollo.

Un tercer tema, de gran actualidad, es el diseño de una radiodifusión (radio y televisión) de servicio público, tomando en cuenta factores como financiamiento, dirección, gerencia, programación, etc. De más está decir que la radiodifusión de servicio público no coincide necesariamente con una radiodifusión estatal.

El cuarto tema, aunque viejo teniendo vigencia: es la creación de agencias de noticias para América Latina y para los países del sur en general, dada la necesidad de aupar la integración regional.

Quinto tema a tomar en consideración, sugiero para la educación formal, primaria y secundaria, programas de adiestramiento para el manejo de los grandes medios. Es decir, ofrecer a los estudiantes una formación inteligente, consciente, crítica del uso de los medios y por qué no, también para buscar alternativas de comunicación, interpersonales o grupales.

Como sexto tema, planteo una revisión del papel de las escuelas universitarias de Comunicación Social, de acuerdo a la situación nacional, indagando qué se está formando, técnicos para los canales privados de televisión o para dónde y para cumplir qué papel.

El séptimo tema, muy general pero muy importante: Investigación de efectos en el receptor de los grandes medios. En el pasado las investigaciones a este respecto iban más dirigidas a conocer al emisor e indagar el sistema de propiedad. Actualmente lo veo más bien enfocado hacia toda la problemática de la resistencia cultural y cómo nuestro pueblo recibe los efectos de la televisión comercial.

Un tema que desde hace varios años nos preocupa como grupo de comunicación sin que hayamos podido hacer algo importante, es la comunicación alternativa desde los grandes medios y también formas alternativas de producción, de gerencia, etc. Este sería el octavo tema, y como noveno señalamos el diseño de programas de capacitación en comunicación como respuesta a las necesidades concretas de la organización popular. Y como décimo y último, un tema muy puntual: modelos autogestionarios de producción de cine nacional independiente.

Sólo añadiré que sigo creyendo en países como los nuestros el papel del estado es irrenunciable, la comunicación no se puede dejar a la ley de la oferta y la demanda. Mi ideología no es estatista, sino la visión de la realidad y lo que da la experiencia de la historia. Aunque suene a oratoria, existe una frase muy cierta que se ha repetido muchas veces: "Entre el poderoso y el débil la libertad sólo sirve para oprimir". Quien habla así tiene una profunda conciencia democrática y de lo que se trata es de garantizar la democracia porque lo que está en peligro es la democracia comunicacional. La cultura y la comunicación no pueden ser objeto de compra y venta, tocan la entraña misma de un pueblo, tienen que ver con su identidad nacional, y la nación no puede quedar en juego.



Chasqui

REVISTA LATINOAMERICANA DE COMUNICACION

ABRIL JUNIO

No. 38

Director de CIESPAL: Asdrúbal de la Torre

Editor de Chasqui: Juan Braun

COMUNICACION, GUERRA Y PROPAGANDA

Para qué tantos medios de comunicación, tanta alta tecnología, si en tiempos de guerra no se puede decir la verdad. En el Golfo ganó la madre de todas las censuras.

Francisco Prieto, Miguel Rivero, Luis Eladio Proaño, Michael Morgan, Justin Lewis, Sut Jhally, Kirby Urner, Soheila Amiri, Juan Fonseca, Ana Lucia Bravo, José Sandoval, Mark Jendrysik, Norman Solomon, Bradley Greenberg, Ed Cohen, Hairong Li, Eugeni Mikitenko, José Steinsleger

LA PRENSA EN AMERICA LATINA

Existen cerca de 7.500 medios de comunicación colectiva en toda la región. Son muchos-muchos. La mayoría entretienen e informan.

Jair Borin, Ana López, Gloria Dávila, Fernando Checa, Zuly Meneses, Mauricio Estrella, Miguel Trespidi, Edgardo Carniglia.

CAPACITACION DE PERIODISTAS

Entrevista a: Charles Green, Director de PROCEPER, *Juan Braun*

TEORIA DEL DIRECTO

Entrevista a: Paul Virilio, Comunicador, *Ana Lucia Bravo*

ORGANIZACIONES DE COMUNICACION

AFRICA

EUROPA

ACTIVIDADES DE CIESPAL

NUEVAS TECNOLOGIAS

LIBROS

Apartado 17-01-584 Quito-Ecuador.
Teléfono: 544-624. Telex: 22474
CIESPAL ED. FAX (593-2) 502-487

TARIFAS DE SUSCRIPCION

4 números por año	A. L.	U.S.A. Europa y Asia
1 año	US\$14	US\$29
2 años	US\$24	US\$54
3 años	US\$34	US\$72

LOS DESAFIOS DE LA INVESTIGACION FRENTE A LAS PRACTICAS EN EL UNIVERSO DE LAS COMUNICACIONES

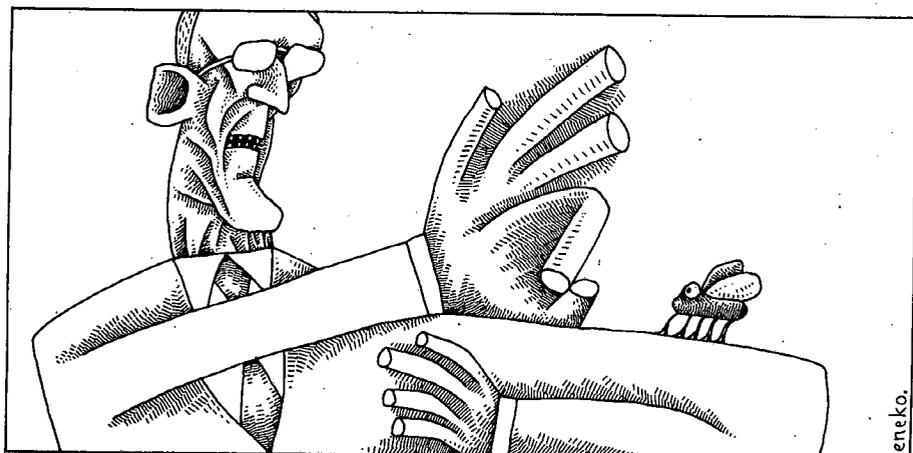
Elizabeth Safar Ganahl

1. INTRODUCCION: de la necesidad de una reflexión crítica y de una crítica a la reflexión

Pensar la investigación de la comunicación en las perspectivas del año 2000 supone transitar, cuando menos, por algunos "viejos caminos" abandonados hace algunos años por muchos investigadores, y por otra parte aceptar los desafíos que significa adentrarse en el de las prácticas que se están dando en el actual universo de las comunicaciones sin caer en las "modas" o en los distintos tipos de reduccionismo. Ni un camino ni el otro son excluyentes; se complementan si el enfoque del cual partimos es claro con respecto del espacio que queremos construir para realizar nuestra vida.

Los innumerables trabajos que se han publicado en estos últimos años a propósito de los cambios que se están produciendo en el campo de las comunicaciones enfatizan la importancia de la información y las comunicaciones en la sociedad, situándolas como insumos básicos que están transformando las actividades y las relaciones tradicionales en las distintas esferas del quehacer humano. Sin embargo, a pesar de que este tipo de pensamiento es abundante, pocos trabajos llegan a ser verdaderamente significativos de una evaluación seria y ponderada, crítica y prospectiva, de las consecuencias e impactos del acelerado desarrollo del sector de las comunicaciones en la actual sociedad así como de las implicaciones previsibles para la sociedad del futuro.

Las principales carencias que se observan en buena parte de estudios producto de la investigación o de ensayos reflexivos radican en enfoques que soslayan aspectos tan determinantes como lo son la ausencia de crítica al establecer comparaciones entre realidades distintas, en sostener que las consecuencias de los cambios son iguales o por lo menos se manifestarán de la misma manera en todas las sociedades,



en pensar que el no “engancharse al tren” de las nuevas modalidades político-económicas y socio-culturales es un suicidio que nos deparará retraso e ignorancia. Esto se observa, sobre todo, en el análisis de las transformaciones que están introduciendo las nuevas tecnologías en las sociedades en sus distintas modalidades: biotecnología, química fina, microelectrónica, nuevos materiales y telecomunicaciones, entre otras.

Entonces, no basta con plantearse el problema de las “perspectivas” solamente. En sociedades como las nuestras —las sociedades latinoamericanas y del Caribe, las sociedades africanas y asiáticas— que tienen como común denominador todas las características del subdesarrollo no superado, pensar el “presente”, reflexionar sobre las políticas que se están adoptando, pudiera ser más urgente e importante para poder pensar el futuro. Porque ¿qué hacemos con excelentes análisis prospectivos y meditaciones sobre las perspectivas de la investigación de la comunicación en Venezuela si ignoramos una cantidad de aspectos que han sido escasamente abordados por los investigadores en una dimensión crítica pero constructiva? Entonces, creemos que el pensar sobre las “perspectivas” debe implicar el pensar sobre lo que ha pasado y el pensar sobre lo que está pasando. Y con esto quiero traer al debate dos temas que quedaron en los “viejos caminos” transitados por los investigadores: el de la comunicación en su relación con el desarrollo y el de las políticas de comunicación y su relación con el Estado.

2. LA COMUNICACION EN LA DIMENSION DEL DESARROLLO

¿Por qué nos parece importante debatir hoy día sobre la comunicación en la dimensión del desarrollo? Ha sucedido con la comunicación lo que con otros temas

relacionados con el desarrollo. Se le suele ver como un sector aislado, autónomo de otras esferas, capaz de producir por sí solo los cambios que anhelan las sociedades socio-estructuralmente deficientes, pero escasamente —o pocas veces de manera crítica— se la considera en la justa dimensión en tanto un componente que es vital no sólo para el desarrollo social sino también para crear y fortalecer mecanismos profundamente democráticos en la sociedad. Analizar las comunicaciones en la dimensión del desarrollo significa la necesidad de un enfoque desde la economía, por ejemplo, que ayuda a develar los mecanismos mediante los cuales se están reforzando cada vez más los centros de toma de decisiones a todos los niveles. Significa, también, observar cómo la mayor parte de las recientes políticas económicas emprendidas en nuestros países van construyendo un espacio privilegiado para minorías mientras se ensancha la brecha de la miseria y de la ignorancia. No obstante, el furor discursivo que domina se fundamenta de nuevo en dos viejos conceptos: el de la modernización y el del cambio social a partir de la expansión y el desarrollo de las nuevas tecnologías de información y comunicaciones.

Nos preguntamos si el panorama actual en comunicaciones no reproduce a una escala mucho más significativa una política equivocada que nuestros países experimentaron hace unas cuantas décadas cuando tuvo lugar el furor por los nuevos medios de entonces; la radio primero y luego la televisión. Nos preguntamos además si no estamos frente a una segunda etapa de difusión de innovaciones cuando asistimos a los discursos apologeticos de las nuevas tecnologías en la sociedad, sin pensar ni en la sociedad que tenemos y queremos ni en el criterio de adecuación de dichas tecnologías en función de las necesidades de las mayorías.

Hoy día se puede constatar cómo la política de la sustitución de importaciones y el impulso a los procesos de industrialización propugnada por la CEPAL en la década de los años '50 para los países latinoamericanos fue un fracaso a pesar de que perseguía solucionar el problema del estancamiento interno de las economías, erradicar el desempleo, diversificar las exportaciones. Problemas todos que persistieron y se fueron agravando conjuntamente con el de la deuda externa precisamente porque fue una política que no tomó en cuenta variables de carácter histórico, social, político-económico y cultural. Las críticas que se le han hecho a la CEPAL se fundan en que su visión estructuralista apuntaba a la realización de reformas antes que de cambios auténticamente estructurales en una sociedad y, en este sentido, las políticas que se sugerían no estaban destinadas a alterar la estructura social y sus correspondientes relaciones de hegemonía, sino a introducir "paños tibios" en cuestiones álgidas. Orientaciones que favorecieron la dirección clasista de la economía y los intereses de sectores minoritarios en la sociedad.

La modernización de las estructuras sociales, la modernización en lo económico y en lo político, la modernización en el pensamiento era pues la base a partir de la cual podía pensarse el cambio social en América Latina. En la ideología, el discurso y en las prácticas que se instrumentaron resaltaré la **modernización en tanto imperativo**. Las prácticas en el sector de las comunicaciones y la evolución de la investigación en esos momentos no escaparán a esta corriente de pensamiento que —a nuestro modo

de ver— incidió en un fuerte atraso y estancamiento a todos los niveles.

A fines de 1962, la Asamblea General de las Naciones Unidas adoptó por unanimidad una resolución mediante la cual invitaba a los gobiernos de los países desarrollados y a las instituciones públicas y privadas a cooperar con los países poco desarrollados para reforzar sus medios de información. Las Naciones Unidas demandaron de la UNESCO —uno de sus tantos organismos— mantener actualizados los datos sobre el crecimiento informativo en el mundo, como una forma de participación y cooperación en el Decenio de Desarrollo que abarcaría del año 1960 a 1970.

El máximo organismo mundial se había apoyado en un estudio recién efectuado por la UNESCO, a comienzos de la década, sobre los índices mínimos de disponibilidad de medios difusivos o para los países subdesarrollados. Así, los indicadores de desarrollo informativo-comunicacional para esos países debían situarse en las siguientes proporciones: 10 ejemplares de periódicos; 5 radioreceptores, 2 butacas de salas de cine y 2 receptores de televisión por cada 100 habitantes. Con esto, la Asamblea General quería subrayar que los medios de difusión tenían un rol importantísimo que cumplir en la educación y en el progreso económico y social de los pueblos y que las “modernas” tecnologías de comunicación podían acelerar de manera excepcional el proceso educativo.

Se habían adoptado esos indicadores sin una base sólida de criterios que permitieran tipificar el grado de subdesarrollo y de atraso de las naciones que se consideraban en esa situación. Se creía entonces que a mayor conocimiento de las infraestructuras de información correspondía también un mayor crecimiento económico y social, ya que los medios de información impulsarían no sólo la transformación de la economía sino también la educación y la cultura, dos pilares fundamentales para propiciar el desarrollo. Por consiguiente, las naciones que mostraban esos índices de disponibilidad u otros más altos estarían en los preámbulos de un estadio de desarrollo.

Estos indicadores se utilizaron ampliamente en América Latina a lo largo de los años sesenta para determinar entre otras cosas el grado de distribución geográfica de los medios difusivos (urbanos y rurales), su crecimiento en correlación con el de la población y la exposición a dichos medios por parte de los usuarios. Sin embargo, ni siquiera los resultados cuantitativos de los estudios que se realizaron pudieron precisar las condiciones de atraso o desarrollo en el sector a partir del uso de esos métodos. Todo lo contrario, algunos análisis llegaron a la conclusión de que en ciertos países latinoamericanos los índices mínimos no sólo se cumplían sino que habían sido superados. Entonces, ¿cómo explicar las acentuadas condiciones de atraso y subdesarrollo que presentaba la región? ¿Eran suficientes esos indicadores para señalar cuándo se estaba en presencia de un país situado en un nivel de subdesarrollo o desarrollo en el sector de las comunicaciones y su correlación con los campos de la educación y la cultura?

Evidentemente, ni con esos indicadores ni con los que medían el resto de la situación económica y social se podía llegar a precisar un estadio en particular. La ecuación a mayor crecimiento mayor desarrollo se caía por su propio peso. El esquema simplista que atribuía a los medios difusivos en sí mismos un rol cultural y educativo

favorable al desarrollo y al cambio social no tomaba en cuenta aspectos trascendentales para el análisis como lo eran el régimen de la tenencia y el uso de dichos medios, así como tampoco variables como el grado de analfabetismo, la pobreza, el poder adquisitivo de la población, el nivel de desarrollo cultural, las condiciones socio-económicas de vida. En el enfoque desarrollista es evidente que la expansión de los medios y la difusión de información constituían un factor indispensable para el crecimiento económico, pues viabilizaba el conocimiento de nuevos valores, pautas de vida, hábitos de consumo, todo lo cual movilizaba la circulación de las mercancías tanto de proveniencia importadora como del balbuceante proceso de industrialización así como de los capitales. Así mismo, incidía en una aceleración de los procesos de urbanización y del ingreso e inversión, preferentemente del capital privado.

Hoy día, a unas cuantas décadas de esta experiencia, asistimos a un discurso similar con renovadas fuerzas y argumentaciones. Es a todas luces obvio que el panorama es mucho más complejo aunque igualmente decisivo. El vertiginoso desarrollo que se ha producido en los últimos veinte años en los sectores de las telecomunicaciones, la informática y la electrónica ha sido de tal magnitud que algunos suponen que estamos ante un proceso de transformaciones similar al que se produjo con la revolución industrial. Los impactos y las consecuencias de este desarrollo y expansión científico-tecnológico comienzan a observarse en lo que respecta a su inserción y funcionamiento en las estructuras sociales a nivel del trabajo, de la economía, de la cultura, del ocio, del saber.

En el contexto de explicación de esta transformación por lo menos dos hechos han sido determinantes: los hallazgos y avances de la denominada "revolución científico-técnica" y los imperativos del propio sistema capitalista mundial en su dimensión transnacional, en la cual los componentes de información, tecnología y conocimiento son imprescindibles así como también el de disponer de redes mundiales de comunicación suficientemente desarrolladas a fin de movilizar los capitales a la mayor velocidad, en mayor cantidad y de manera inmediata de un punto a otro de la tierra.

Una somera caracterización del actual universo de las comunicaciones de cara al tercer milenio podemos resumirla en los siguientes puntos:

- 1) Alto nivel de complejidad de sistemas y medios.
- 2) Alta convergencia de soportes y medios (por ejemplo, la telemática y la expansión de nuevos servicios de telecomunicaciones).
- 3) Tendencia hacia la globalización ("economía global", "publicidad global", "sociedad global").
- 4) Interdependencia de redes y programas.
- 5) Cambios radicales en procesos de producción de los medios de difusión y de la información.
- 6) Cambios en los procesos de acopio, conservación y reproducción de información.
- 7) Concentración de las fuentes de producción y de los centros de distribución a nivel mundial y regional.
- 8) Cambios a nivel de la circulación de la información y programas.

- 9) Cambios a nivel de la estructuración de las audiencias.
- 10) Cambios a nivel de las infraestructuras existentes (nuevos soportes de telecomunicaciones, televisión de alta definición, fibra óptica, etc).
- 11) Nuevas modalidades de consumo de información.
- 12) Transformaciones en la esfera de lo signico y simbólico, lo que produce impactos de orden socio-cultural, además de los que se relacionan con la economía y la política en la sociedad.
- 13) Nuevos parámetros político-económicos que inciden definitivamente en la formulación de políticas públicas nacionales en los sectores de la cultura, las comunicaciones y la educación.
- 14) Nueva correlación de fuerzas a nivel de los organismos supranacionales relacionados con los cambios operados en el panorama económico y político internacional en los últimos tres años.
- 15) Cambios en el escenario de la toma de decisiones.
- 16) Tendencia creciente hacia la privatización y desregulación de la infraestructura de información/comunicación.
- 17) Delegación de atribuciones y obligaciones que estuvieron tradicionalmente en manos de los Estados.
- 18) Procesos de sinergia a nivel mass-mediático que transforman el espacio audiovisual.
- 19) Diversificación de la oferta de servicios y equipos de información y comunicaciones.

Todos ellos de unos impactos sin precedentes, apreciables en la diversificación de canales y medios de comunicaciones, en el incremento de la capacidad de transporte de información, en la velocidad de circulación de los datos, con una fuerte incidencia sobre las nociones de tiempo y espacio.

Pero además de las transformaciones tecnológicas, tenemos que señalar que estos cambios se han producido en el contexto de un modelo político-económico en donde el factor de la **transnacionalización** es el que pauta las nuevas relaciones del sistema internacional de naciones. En este ámbito, las telecomunicaciones tienen un rol protagónico en virtud de su naturaleza estratégica y están incidiendo de manera significativa en la conformación de la sociedad del futuro. Ignorar todos estos hechos es abstraernos de una realidad que convoca a un análisis ponderado de las implicaciones y las consecuencias de todos estos cambios tanto en el hombre como en la sociedad.

Pero el desarrollo y la expansión de la tecnología de la información y las comunicaciones no se ha producido de la misma manera, en el mismo tiempo y ritmo en las sociedades. Su inserción a nivel societario se presenta de manera asimétrica de suerte que se puede hablar de una concentración e integración en dimensiones considerables en los países altamente industrializados de la Comunidad Económica Europea, Japón, Estados Unidos y Canadá. No así en las naciones subdesarrolladas; en estas sigue presente el desequilibrio, aun en medios tecnológicos de vieja data como por ejemplo el teléfono.

Con el tema de la tecnología de las comunicaciones se replantea la moder-

nización pero con otros parámetros: en el cambio de las infraestructuras, los soportes y los medios para lograr la adecuación de los países subdesarrollados en la dimensión "global" e "interdependiente" en la que transitan los industrializados. Este proceso de modernización que comenzó hace unos quince años en estos países implica desajustes y ajustes frente a los cuales no escapan a la incertidumbre ni siquiera estas naciones. De allí que también se cuestione el grado de sofisticación de la tecnología y las nuevas formas de alienación que estas suponen para el hombre.

En el caso de nuestras naciones el impacto que supone la modernización tecnológica a estos niveles tiene un alto precio. No es lo mismo un proceso de esta naturaleza en países que han superado estadios primarios de desarrollo que en otros donde aún no se han erradicado los problemas más elementales del subdesarrollo. Y es que algunas de las razones radican en el hecho de que no se promovió un modelo de desarrollo verdaderamente autocentrado. Nuestras sociedades no llegaron a desarrollar entrelazadamente las actividades agraria e industrial por lo que no se produjeron los suficientes circuitos económicos e industriales que hacían falta. Tampoco hubo una adecuada combinación de factores de desarrollo como el aprovechamiento de los recursos naturales al lado de una consolidación de los estados nacionales y de un modelo político democrático, o como el estímulo a la educación y la capacitación de los individuos en una sociedad, o como el desarrollo de la infraestructura del transporte y comunicaciones para propiciar la interconexión a nivel nacional o regional. Estos factores actuaron (cuando actuaron) de manera atomizada y disgregada; no se puede hablar de una concatenación de ellos con un fin de desarrollo integral. En contextos así, la aplicación de tecnologías, y sobre todo las de punta, actúan más como factores obstaculizadores que propiciadores de un desarrollo social integral.

La comunicación en la dimensión del desarrollo es entonces un tema importantísimo a retomar visto el divorcio con que se han planteado en estos últimos años las políticas económicas y las políticas socio-culturales en casi todos los países latinoamericanos y vistas las medidas que se están adoptando en el sector información/comunicaciones.

3. EL ESTADO DELEGA SUS POTESTADES

Los cambios que han tenido lugar en el escenario político-económico internacional también se expresan en la dimensión de la relación Estado-comunicaciones. El tema de la expansión de las nuevas tecnologías y sus implicaciones es pertinente para revisar las modificaciones que se están produciendo en el aparato estatal y las políticas que están adoptando la mayoría de los gobiernos de la región. Se podrá observar que las explicaciones que daremos a continuación son perfectamente aplicables en el caso de Venezuela.

La reestructuración de las telecomunicaciones a nivel mundial corre pareja con la reorganización estructural de todo el sistema económico-empresarial transnacional. Esto es importante tomarlo en cuenta pues, como se ha podido apreciar desde hace varios años, hay una estrecha correspondencia entre esta reorganización estructural y

el resquebrajamiento de las políticas nacionales en todos los ámbitos. En el sector de las telecomunicaciones se han puesto de manifiesto dos tendencias dominantes, no excluyentes pero ligeramente diferentes entre sí, de políticas que privilegian en mayor o en menor grado el proceso de transnacionalización. Estas tendencias se inscriben en el modelo político-económico neoliberal, y si bien se pusieron de manifiesto inicialmente en los países industrializados desde hace unos años han sido adoptadas por la mayoría de los países de la región.

La primera tendencia conocida bajo la denominación de **doctrina desreguladora** se asocia a las políticas emprendidas en los Estados Unidos y sus orígenes pueden identificarse en épocas anteriores, concretamente en la década de los años setenta, con el surgimiento de una corriente de opinión en contra del Estado intervencionista. Esta tendencia comienza a ganar verdadero espacio durante la presidencia de Carter, cuando se toman medidas de liberalización en el transporte aéreo y terrestre, compañías ferroviarias, cajas de ahorro y mutualidades. La doctrina desreguladora aboga por una liberalización de las actividades industriales y comerciales, pero también toca a otras consideradas de servicio público o de interés público. La contraparte a esta doctrina supone la intervención del Estado en su papel regulador y garante de la prestación de servicios públicos así como de árbitro en la maximización de las riquezas y beneficios de la sociedad.

Las medidas de desregulación que se adoptan en Estados Unidos van a tener una profunda repercusión en otros países de economías avanzadas. Es así como a este proceso en espiral le siguen Japón, cuando suprime la figura del monopolio estatal y reestructura sus telecomunicaciones, y poco después los industrializados más fuertes de la Comunidad Económica Europea con Inglaterra a la vanguardia. La doctrina desreguladora aboga por la eliminación de cualquier tipo de obstáculos a la circulación libre de información a nivel mundial, bien sean políticas nacionales de comunicaciones u otro de restricciones provenientes de un cuerpo normativo y legal que pueda dificultar el libre flujo de datos e información.

La segunda tendencia conocida bajo la denominación de **privatización** también se inscribe en el marco de la doctrina de la liberalización pero enfatiza el problema de la tenencia o la propiedad. La privatización incide a nivel de la administración de los servicios de las telecomunicaciones ya que de ser considerado tradicionalmente como un **monopolio natural administrado por el Estado** pasaría a ser gestionado por una o varias operadoras privadas, entrando a jugar la competencia en la prestación de los diversos servicios.

Esta tendencia observada en buena parte de los países industrializados tiene sin embargo sus diferencias. En el ámbito de la Comunidad Económica, por ejemplo, la orientación hacia la desregulación y la apertura a los capitales privados en la operación de los servicios y la fabricación de equipos y componentes supone alcanzar un nivel de competitividad internacional para hacer frente a la estrategia expansiva de Estados Unidos y Japón en los mercados europeos. Por otra parte, los proyectos de desarrollo tecnológico y promoción de la industria europea en este sector son especialmente importantes para preservar una capacidad de producción endógena sin caer en la

dependencia tecnológica de las naciones que dominan la tecnología de las comunicaciones y de la información.

Pero a pesar de las medidas proteccionistas que han adoptado los países de la Comunidad se observa que las tendencias desreguladoras y privatizadoras están desnacionalizando un sector que ha sido considerado de servicio público prácticamente desde sus inicios, pues la modernización se está llevando a cabo sobre la base de los requerimientos de las grandes corporaciones y empresas transnacionales.

El estudio de estas dos tendencias que se aprecian actualmente en el panorama internacional nos permite analizar el grado de plausibilidad de unos enfoques y políticas para los países latinoamericanos, para lo cual es conveniente tomar en cuenta que surgieron en realidades distintas a las nuestras, en el ámbito de unos requerimientos diferentes y en contextos socio-estructurales que no se parecen a los de la región. La adopción de políticas y medidas como las que hemos mencionado bien pudieran ser adecuadas para esas realidades —a pesar del alto grado de incertidumbre y temor que se percibe en algunos miembros de la Comunidad— pero en estas otras realidades tienen que pasar por un análisis mucho más exhaustivo acerca de su conveniencia y de las consecuencias de su aplicación.

Este proceso de desregulación y privatización del sector de punta de las comunicaciones, como lo es el de las telecomunicaciones, comenzó hace varios años en América Latina. Tempranamente, en comparación con las demás naciones latinoamericanas, este camino lo emprendió Chile, cuando privatiza sus telecomunicaciones dentro del cuadro de reformas económicas y monetarias que adopta el régimen de Pinochet. En 1990 lo haría Argentina, también en el contexto de las medidas económicas adoptadas por Menem; también en el mismo año México y ahora lo está haciendo Venezuela. En todos estos casos resalta el hecho de que las decisiones en la materia no han sido producto de una investigación aplicada ni de un análisis de plausibilidad de un modelo distinto de gestión en el sector, sino de la adopción acrítica de políticas que se han puesto en práctica en otros contextos y para otras realidades.

El problema es complejo por otra parte y los argumentos en pro y en contra también son diversos frente a un cambio que no es únicamente tecnológico y que implica para el Estado la delegación de su potestad normativa y reguladora, prerrogativa que había tenido hasta ahora. En sociedades con un desarrollo asimétrico, las tendencias de desregulación y privatización inciden de manera negativa en los estratos más pobres de la población, de allí que el plantear el caso de las telecomunicaciones pone sobre el tapete el problema de la pertinencia de una política pública en el campo de las comunicaciones para poder preservar sectores vulnerables de la sociedad.

Las tendencias liberalizadoras en contextos socioestructurales deficientes vulneran la relativa autonomía estatal para la formulación de políticas nacionales, restringen la participación en la toma de decisiones a nivel internacional en todos los ámbitos (comercio, producción, legislación, tecnología), alteran la concepción de soberanía nacional, entre otras implicaciones. Son las grandes corporaciones las que influyen en la orientación económica y política y se erigen en el paradigma del nuevo modelo de desarrollo.

Este tipo de políticas tienen impactos y consecuencias graves en nuestros países debido al alto grado de pobreza, analfabetismo, desempleo, bajo nivel cultural y educativo. En contextos como estos es imprescindible formular políticas públicas democratizadoras a fin de asegurar el acceso equitativo a los bienes y servicios. La desprotección en que se encuentran los sectores más pobres de la sociedad en lo que respecta a educación, cultura, saber y comunicación es casi de tanta importancia —aun cuando no en la misma prioridad— como la carencia de alimento, vivienda o servicios médicos, pues esta desprotección a la larga profundizará la desigualdad en la sociedad. De allí que la democratización y el desarrollo a partir de la expansión tecnológica sean sólo un mito en estas realidades.

4. ALGUNAS CONCLUSIONES EN LAS PERSPECTIVAS DE LA INVESTIGACION DE LA COMUNICACION EN VENEZUELA

1. La investigación de la comunicación en Venezuela tiene que asumir definitivamente el reto de la inter y transdisciplinariedad en los estudios. La relación comunicación y desarrollo, por ejemplo, debe ser analizada articulando variables como educación, cultura, ecología, etc.
2. Es absolutamente imprescindible que la investigación se constituya en un apoyo para reforzar objetivos de planificación de servicios públicos de radio y televisión así como para disputar un espacio público para los nuevos medios. La restricción en el acceso debido a razones económicas, además de otras como la educativa o cultural, no debe impedir la posibilidad de pensar en la democratización de esos medios.
3. La investigación debe reforzar objetivos de políticas democratizadoras y de proyectos de planificación en el sector a pesar de las dificultades que suponen los aires liberalizadores.
4. Reforzar la AVIC y el CONVEICC e impulsar la creación de un banco de datos e información sobre el sector de las comunicaciones en Venezuela, vista la insuficiencia existente para emprender estudios a un nivel de mayor complejidad.
5. La investigación no puede desarrollarse adecuadamente si no existen cursos de cuarto nivel que permitan superar los escollos de la formación del pregrado. En este sentido las Universidades con estudios en comunicación deberían hacer un esfuerzo por abrir y mantener una línea permanente de formación estrechamente vinculada con la investigación. Por otra parte, es muy importante desarrollar el enfoque transdisciplinario en los estudios de postgrado y privilegiar la formación de expertos en políticas públicas y planificación de procesos de comunicación en sus diversos niveles: micro y macro.
6. Reforzar los programas y proyectos de investigación sobre las infraestructuras y mecanismos de funcionamiento de los sistemas de medios en el país, a la luz de los cambios que están teniendo lugar a nivel internacional.
7. Las tendencias hacia el fortalecimiento de la concentración y transnacionalización del sector de la información/comunicaciones y de las industrias culturales se

observan también en Venezuela. La carencia de estudios puntuales, especialmente desde una perspectiva económica crítica y política, obstaculiza reducir el nivel de desinformación y por consiguiente de incertidumbre, condición necesaria para actuar.

8. En el campo de las telecomunicaciones, sus aplicaciones e impactos conviene desarrollar un amplio programa de investigaciones de carácter transdisciplinario. La escasez de investigaciones ha sido notoria sobre todo en las actuales circunstancias en que está siendo privatizado el ente público que gerencia este sector en Venezuela.
9. Considero importante rescatar el debate sobre la comunicación y el desarrollo en el contexto actual, tomando en cuenta la experiencia pasada. Así mismo, el tema de las políticas de comunicación sigue siendo vigente aun cuando no en la misma dimensión en que lo fue en la década de los 70, Abordarlo significaría repensar la función del Estado a la luz de la necesidad de fortalecer a la sociedad civil.
10. Asimismo, estimo que la noción de servicio público tiene una razón de ser en la sociedad venezolana y en este sentido creo que es necesario defender la existencia de medios difusivos de este tipo, especialmente radio y televisión. Este viene al caso a propósito de la anunciada desaparición del canal 5 y la cesión de su frecuencia a otra institución.
11. La comunicación tiene su objeto de estudio en su relación con el hombre y la sociedad, de allí que es indispensable pensarla en toda su compleja dimensión.



DISTRIBUIDORA ESTUDIOS, S.R.L.

LIBRERIA

Una librería ceñida a los temas de cultura religiosa y formación humana, escaminada a la formación de profesionales, estudiantes y público en general.

Nuestras secciones principales son:

- * Educación
- * Filosofía
- * Psicología Pedagógica
- * Literatura
- * Teología

DOCUMENTOS

QUEREMOS UNA LEY DE CINE QUEREMOS UNA GRAN RADIOTELEVISION DE SERVICIO PUBLICO (a los Usuarios, al Gobierno, al Congreso)

UNA SINTESIS DE TODOS LOS DIAGNOSTICOS

En materia de cine, radio y televisión, los venezolanos sólo hemos acumulado frustraciones, que parecen llegar ahora al límite de lo razonablemente soportable y aceptable. La intervencionista *Motion Picture Association of America*, MPAA, ha saboteado sistemáticamente nuestros intentos por dotar al país de una Ley de Cine. La política de privatización de la parte sustantiva de nuestra radiotelevisión, ha resultado un fracaso total en términos de calidad global e información, de cultura e integración nacional y regional, o de adecuación a nuestras metas de desarrollo. La radiotelevisión pública no llega a todos los venezolanos y nunca ha sido una verdadera alternativa. Los venezolanos necesitamos, deseamos y pedimos desde hace decenios una política coherente que consolide cada una de esas formas de la comunicación y establezca entre ellas nexos naturales de cooperación y complementariedad.

Las incontables e incesantes protestas del Usuario, espontáneas o académicas, así como las proposiciones y proyectos formales, por sensatos que fueran, no han servido de nada. Las multinacionales y sus colaboradores locales continúan impidiendo el despegue de un cine nacional. Las autoridades de Transporte y Comunicaciones siguen obsecuentes a los intereses de la radiotelevisión privada. Todos los gobiernos de la democracia, unos más que otros, han practicado la lenidad con el gran capital nacional e internacional que ha confiscado una de nuestras libertades fundamentales, la de podernos expresar por cualquier medio de difusión. Los Usuarios no estamos representados ante ninguna de las instancias decisorias en materia de comunicación social.

LA SITUACION ACTUAL

La situación es ahora particularmente agorera. La entrega de las telecomunicaciones venezolanas a contralores internacionales pareciera inminente; asistimos a otro y vistoso intento de la MPAA por sabotear un nuevo proyecto nacional de Ley de Cine; el ejecutivo procesa la privatización subrepticia del último espacio posible de comunicación abierta, el de las plantas televisoras de servicio público; las infraestructuras de producción y transporte de señal de los servicios públicos de radio y televisión han sido declaradas técnicamente colapsadas; en el proyecto de presupuesto nacional se prevé una asignación a la radiotelevisión pública venezolana de unos 800 millones de bolívares para 1992, el equivalente de lo que gastan muchos servicios públicos europeos en dos días. Gerentes y comercialistas que desconocen totalmente las complejidades político-culturales-tecnológicas de los medios reciben en encargo oficial de buscarle a nuestros cine y televisión soluciones "rentables". Detalle significativo del proceso desmovilizador: uno de los escenarios prevé el traspaso de una parte sustantiva de nuestra televisión de servicio público a esos mismos concesionarios que el Usuario protesta a diario por los malos servicios que de ellos recibe. La hipótesis es grave no sólo en términos culturales: dichos concesionarios acumularían un poder de comunicar casi monopólico, susceptible de desestabilizar nuestros ya maltrechos equilibrios como Democracia y como República.

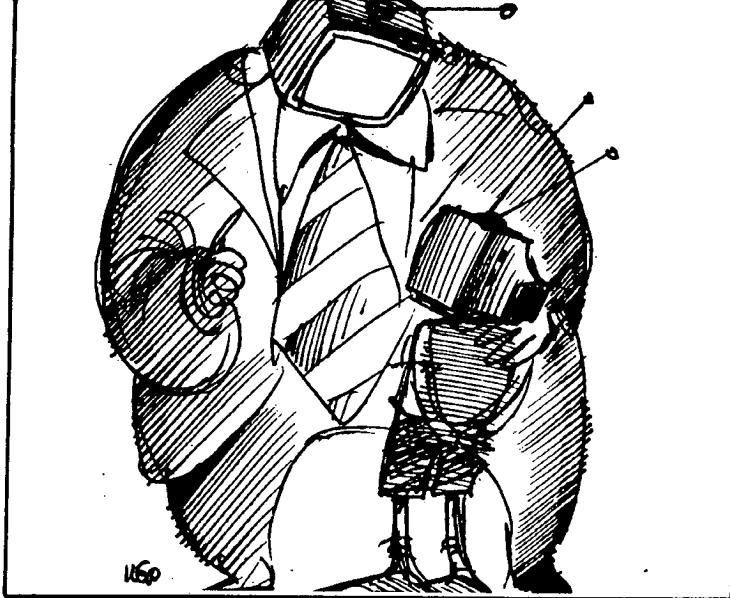
NUESTRAS CONVENIENCIAS SON OTRAS

Ante esa perspectiva, reconfirmamos la absoluta conveniencia democrática y cultural de que una parte visible y significativa de la producción y de la difusión nacionales de noticias, libros, grabaciones, cine, radio y televisión queden en manos de venezolanos no motivados por fines de lucro económico o de inmediatismo político, explícito o indirecto, dispuestos a trabajar por el bien común y en función de servicio público. La comunicación social pública no es medida en ninguna parte en términos de costo-beneficio económico. El gobierno nacional invierte ingentes recursos en educación, y ha comenzado a ser generoso con la cultura sin cálculos baladés de rentabilidad monetaria. Su desinversión en comunicaciones sociales debilita profundamente su propio esfuerzo cultura-educativo, cuando podía reforzarlo. Esa contradicción le está costando al país mucho más que las inversiones necesarias para una buena radiotelevisión.

LAS EQUIVOCACIONES DEL GOBIERNO

Mal aconsejado, el ejecutivo nacional comete graves errores al reducir de cien (cantidad visiblemente insuficiente) a diez millones de bolívares (suma totalmente simbólica) el presupuesto anual de FONCINE; al entorpecer con especiosas comisiones la aprobación del nuevo proyecto de Ley de Cine; al no devolver a su remitente el memorándum del 7.10.91 en que Jack Valenti, Presidente de la MPAA le pide a nuestro Presidente de la República que asegure una "mayor consistencia" con las "preocupaciones que tiene la industria cinematográfica de los Estados Unidos" ante el proyecto de ley nacional. Se torpedea el cine nacional, entre otras razones, porque no se ignora su enorme potencial como alimentador de una televisión mejor y menos cosmopolita.

El ejecutivo comete otra serie de graves errores al nombrar como interventores de VTV



a personas que desconocen completamente tan compleja materia; al perseguir la quimera de un "servicio público rentable" (una verdadera cuadratura del círculo); al mantener al borde del colapso desde hace 45 años a Radio Nacional de Venezuela; al pretender deshacerse del Canal 8, vendiendo la mayor parte de sus activos fijos; al explorar la mera supervivencia de un Canal 5 "cultural" y sin publicidad, pero "rentabilizado" con patrocinios, para sosiego de intelectuales.

TRES METAS IRRENUNCIABLES

Las presiones hegemónicas internas e internacionales, y un análisis ponderado de los intereses no coyunturales del país, nos incitan a considerar como metas **IRRENUNCIABLES**:

1. El fomento y consolidación, sin otras demoras, de una industria venezolana del audiovisual, y más particularmente del largometraje. Esto significa: a) rechazar las intolerables presiones de la MPAA, que ya se manifestaron en 1967 contra un proyecto análogo, y aprobar la Ley de Cine, y b) multiplicar sustantivamente la capacidad crediticia de FONCINE, asegurando al producto nacional un adecuado tiempo-pantalla y su comercialización internacional.
2. Una profunda reestructuración, fortalecimiento y mejoría cualitativa de los servicios públicos de radio y televisión, nuestra última esperanza de una comunicación social decente y adecuada, libre y participativa.
3. Una diversificación y modernización radicales en las políticas subsectoriales del CONAC, excesivamente centradas en patrimonio y creatividad, y su extensión al gran ámbito de las industrias culturales.

QUIEN ES EL DESTINATARIO DE NUESTRO MENSAJE

Los Usuarios llevamos decenios mendigando inútilmente ante los concesionarios

privados de las frecuencias públicas alguna mejora cualitativa en la programación. Conservamos, desde luego, el derecho constitucional y legal de pedir a quienes lucran con un bien público un empleo de la concesión más atento al interés colectivo. Pero hemos malgastado decenios en pedirle peras al olmo, y la hora del realismo ha llegado. Hemos de volcar nuestro ya insoportable cansancio y nuestra intransigencia hacia el sector al que sí podemos exigir de pleno derecho una buena radio y una buena televisión alternativas. Ese sector es el de la administración pública responsable de los **SERVICIOS PUBLICOS DE RADIOTELEVISION**, propiedad inalienable de todos los venezolanos. Bajo la presión de diversos intereses, dicha administración nos ha prestado hasta el momento muy deficientes servicios de esa naturaleza, en ocasiones hasta peores que los privados. En lugar de su desmantelamiento, nosotros exigimos el mantenimiento y ampliación de dichos servicios, como prerequisite para proceder a una revolución cualitativa en los mensajes que ellos deben llevar a los venezolanos. Pretendemos saber, coralmente, lo que es un servicio público de radiotelevisión. Estamos conscientes de que pueden convertirse a corto plazo, y a costos manejables, en modelo de calidad. Es lo que ciertos intereses creados quisieran evitar; pero es lo que la inmensa mayoría del país exige que se haga.

Solicitamos del gobierno que recapacite sin demoras. La comunicación es relación y diálogo. El destino de las comunicaciones sociales nacionales de servicio público debe someterse a debate nacional.

LOS CRITERIOS INADECUADOS DEL GOBIERNO

Creemos que en los escenarios barajados actualmente por el gobierno en la materia, se manejan tres criterios mayores totalmente inadecuados.

A) Tratar por separado el tema televisión, cuando subsiste la necesidad de un servicio público radiotelevisivo integrado. Por ejemplo: a un costo razonable y en menos de dos años, la *Radio Nacional de Venezuela* puede ser puesta en condiciones de difundir un Programa Nacional en AM, un Programa Nacional en FM, ambos de cobertura total, más un programa en FM para la región capitalina, sin olvidar una fuerte y necesaria presencia internacional en áreas estratégicas. Esos programas serían complementarios entre sí; es irracional que no lo sean con los de la televisora nacional:

B) Considerar viable la hipótesis de un "servicio público rentable" de televisión. Esa fórmula milagrosa no existe: un servicio realmente público, que los ciudadanos se prestan a sí mismos, es financiado directa y mayoritariamente por el Usuario, o indirectamente por el erario sobre la base de impuestos a la publicidad, sobre receptores, o a quienes lucran con la concesión de frecuencias. Los patrocinios entendidos como publicidad sin cuñas irrespetan la racionalidad programática, pudiendo convertirla en "colcha de retazos". Por economía de escala entre otras razones, pedimos al gobierno concluir el viejo y loable plan de un servicio nacional unificado de radiotelevisión, para el que se edificaron las muy funcionales aunque nunca concluidas infraestructuras de Los Ruices (entre las mejores de Latinoamérica) que hoy se quisieran enajenar. Se nos dice que estas ideas son buenas, pero que no hay recursos económicos. Contestamos a gobierno y congreso que el problema es de prioridades presupuestarias y les pedimos que, congruentes con sus políticas cultural-educativas, asignen anualmente a la comunicación social pública un presupuesto al menos equivalente al del sector cultura, que superó los 3.300 millones

en 1991. Esta simetría se da en todos los países con servicios públicos de radiotelevisión, y la inversión es en parte recuperable. Aún así, la radiotelevisión pública venezolana dispondría de siete veces menos recursos que los ingresos anuales de la radiotelevisión privada. La mística de servicio y la ausencia de lucro lograrían sin embargo el milagro de la calidad.

C) Privatizar de hecho uno de los dos canales públicos (aún con nombres transpuestos) y conservar preferiblemente el canal "cultural". Contra esa hipótesis reduccionista, defendemos por irrenunciable el mantenimiento en el ámbito público de al menos un canal generalista de cobertura total y de un canal temático, igualmente de cobertura nacional, este último especializado en programación descentralizada, en cultura, reciclaje, educación formal y no formal. Estamos convencidos de que ambos canales deben difundir publicidad: para convertirse en modelo del género (por ejemplo, sin interrumpir programas), porque no somos un país que pueda darse el lujo de ensayar fórmulas asépticas del género BBC, ni tan próspero como para regalarle ingresos adicionales a la ya próspera televisión comercial. Defendemos el mantenimiento de los dos canales reestructurados, porque hay que asegurar al Usuario el derecho a pasarse a otro programa de servicio público si el programa del primero no le interesa. Instamos al sector público a no quedarse con la mera "cultura"elitescas, a tener una presencia fuerte en todo el espectro radioeléctrico y ante todo tipo de Usuario, y sobre todo a no confiar la radiodifusión pública a ninguna institución o grupo e particular, por nobles que sean su naturaleza y objetivos. Algunos de ellos son verdaderos caballos de Troya de intereses privados deseosos de asegurarse también una distribución de cultura. El país necesita y está pidiendo un estilo radioeléctrico profundamente novedoso, una eficaz atención a los diversos intereses de Usuario, una nueva calidad del entretenimiento; la información y la cultura. Sólo un servicio público de radiotelevisión profundamente repensado y dotado de medios adecuados podrá satisfacer esas demandas del país. Es indispensable que el gobierno recapacite en tan vital materia.

ESTE ES UN MENSAJE POSITIVO Y CONSTRUCTIVO

Deseamos ser constructivos, es el momento de serlo. Pedimos a todas las instituciones y personas que a justo título han expresado en estos años quejas y reclamos, que nos sumemos en un intento serio por ayudar positiva y desinteresadamente a edificar, en el seno de las instituciones de derecho público, un servicio nacional radiotelevisivo de verdadero interés colectivo y de alta calidad. Es posible, no faltan los talentos. Es económicamente factible. Es necesario. Es lo que Venezuela quiere.

Para lograrlo, es menester que el ciudadano Presidente de la República, el Coordinador General de Reestructuración de VTV y la Comisión Ministerial de Alto Nivel Asesora suspendan toda decisión en la materia, y declaren abiertamente su interés en sugerir y adoptar decisiones consensuales. No deseamos ser simplemente escuchados; aspiramos a que se nos haga copartícipes de sugerencias negociadas y ponderadas. Una vez se produzca de manera transparente ese ejercicio de democracia, seremos los primeros en prestar una muy activa y desinteresada colaboración al esfuerzo por dotarnos de una industria del audiovisual, y por concretar el entusiastamente proyecto de una radiotelevisión como lo están pidiendo los venezolanos, desde hace décadas, con infatigable perseverancia.

LAS NUEVAS TECNOLOGIAS OBLIGAN A REDIMENSIONAR EL PAPEL DEL PERIODISTA

El acelerado avance tecnológico que ha caracterizado a las últimas décadas ha incidido en todas las ciencias, pero fundamentalmente en las comunicaciones y ha transformado radicalmente el hacer periodístico. La solapada disputa entre diseñadores y periodistas sobre qué es más importante si la forma o el contenido, se establece hoy abiertamente cuando pareciera que el diseñador, apoyado por las nuevas tecnologías, cuenta con mayores recursos para atraer a ese público que se niega a leer.

Marta Aguirre

En los últimos veinte años la prensa ha vivido el cambio del plomo a la impresión en frío, y antes de que se acostumbrara a este cambio se vio convulsionada al uso de la computadora. La redacción automatizada ya es una realidad en Venezuela, incluso para el periodista que aún no se había acostumbrado a la máquina de escribir eléctrica.

Estos cambios aportan temas de reflexión, en especial a nuestras escuelas de comunicación social y específicamente sobre el egresado que están formando en contraposición con el periodista necesario para ejercer la profesión con la nueva tecnología.

Precisamente, para analizar, exhibir y confrontar las últimas tendencias y desarrollos en materia de informática para medios y servicios de información, durante este año, 1991, se realizaron en Caracas dos Seminarios Internacionales. Con la organización de la empresa MEGA PLUS, bajo la coordinación del licenciado Víctor Suárez, se realizó, en el mes de junio, el Seminario "Electroedición 91", llamado **La Electrónica en la Industria publicitaria y la producción editorial**. Este tuvo especial significación para el gremio periodístico porque, aunque someramente, durante su desarrollo se enfrentó el tema de los recursos humanos frente a la nueva tecnología.

En el mes de noviembre, se realizó el **Seminario sobre el PC y Redes**, convocado por la Asociación Técnica de Diarios Latinoamericanos, encargándose de su organización en Caracas la C.A. Editora El Nacional. El temario de éste, dirigido especialmente a gerentes y propietarios de medios, se caracterizó más por la presentación de innovaciones tecnológicas y su aplicación que por analizar cómo las mismas inciden sobre los cuadros de recursos humanos de las empresas.

Falta la verdadera innovación

De la transcripción del primer evento (realizado durante los días 25, 26 y 27 de junio) extraímos aquellos puntos referentes al perfil que deberá tener el periodista del medio impreso computarizado, cuyos cambios hoy son tanto a nivel de presentación como de producción. Pero que además va dirigido a un nuevo tipo de lector a quien, por un fenómeno mundial, no sólo hay que convencerlo de que lea nuestro periódico sino que hay que convencerlo de que debe leer.

El evento contó con las palabras de apertura del Lic. Luis Vezga Godoy, entonces Director de la Oficina Central de Información, quien se ocupó de reiterar la gestión del Gobierno actual "de evitar que exista cualquier tipo de limitación para el ejercicio de la prensa y la libertad de información". Para agregar: "Cada vez vemos una prensa mucho más desvinculada, mucho más autónoma, mucho más libre, menos dependiente del poder central". En definitiva, aplaudió eventos de esta naturaleza "que permitirán una prensa más libre y soberana".

El profesor de diseño gráfico de la UCV, Eduardo Orozco, hizo un análisis del estado actual de la tecnología en los medios impresos venezolanos, dejando como conclusión que aunque algunos de nuestros periódicos han incorporado los nuevos equipos computarizados, la presentación y concepción periodística no deja de ser similar entre unos y otros y falta en todos la verdadera innovación para enfrentar los nuevos retos de captación de lectores, acorde con la nueva realidad comunicacional.

Hoy lo más importante es el tiempo

Una de las ponencias que mayor atracción ejerció fue la del venezolano Tito Klein (cerebro fugado, según la revista Producto en su edición octavo aniversario) quien desde Madrid actúa como Director de Investigación y Desarrollo de la editorial alemana BAUER Ediciones.

En su conferencia "Integración de Sistemas en edición y artes gráficas", refiriéndose a recursos humanos, indicó:

— Yo he participado en bastantes **informatizaciones** de periódicos y revistas y de agencias de publicidad y he observado que en este último campo son muy dados a la innovación; pero el sector editorial, sobre todo el de la prensa, es muy reacio a introducir una nueva tecnología, como es la de las computadoras, por lo que debe intentarse inteligentemente. Es decir, convencer a la gente para que vean a esta tecnología como una herramienta que va a mejorar su trabajo y no como una herramienta que les va a quitar trabajo. Antes, cuando se hacía el montaje manual, los montadores simplemente enviaban un texto a fotocomponer, lo recibían, lo cortaban y lo pegaban. El montador que actualmente trabaja con la nueva tecnología hace mucho más trabajo que antes porque está haciendo una cantidad de cosas que antes las hacía el taller para él. Es más rápido maquetear con un sistema de autoedición, pero el maqueteador de hoy tarda el mismo tiempo que antes porque ahora tiene que hacer la página íntegra. Antes simplemente componía un rompecabezas, ahora él mismo tiene que definir como son las piezas (tipo de letra, medidas, estilo).

Continúa Klein:

— Yo no he visto todavía en España un solo caso de periódico ni de revista donde haya



habido que despedir gente, incluso han tenido que ampliar la nómina porque empiezan a hacer más cosas. Hay que decir a quienes se oponen, a los sindicatos, que tarde o temprano la tecnología va a llegar y entonces hay que aprovechar la oportunidad que te da una empresa o una editorial de aprender a manejar las computadoras. En España, ahora mismo, las ofertas de trabajo de las editoriales piden conocimientos de Macintosh. Esto ya no es la herramienta del futuro, sino que es la herramienta de hoy.

Según Klein, el interés económico que tiene una empresa para implantar estos nuevos sistemas no es reducir nóminas, porque van a necesitar el mismo número de personas para hacer el mismo número de páginas, "el gran ahorro está en costos de producción: en talleres, en separación de colores, en pruebas, en transportistas, en mensajeros y en tiempo, pues para las revistas y los periódicos de actualidad lo más importante es el tiempo".

Deslinde de funciones

El licenciado Elides Rojas, Jefe de Secretaria de Redacción del diario Economía Hoy, expuso su experiencia en la ponencia "Redacción Computadorizada, Caso Economía Hoy".

— En el Nacional, el paso de la producción en base a plomo a la fotocomposición en frío en nada afectó al sistema que hasta ese momento se utilizaba para producir el diario. Sin

embargo, cuando se automatizó la redacción (edición de la información directamente con el sistema computadorizado) sí se agreda la organización del periódico. Se produce en un primer momento una especie de reducción del personal en algunas áreas del diario y un crecimiento hasta cierto punto exagerado en otras áreas del mismo, ganando quizá en mano de obra calificada y en profesional especializado, para después retomar el nivel de producción y de empleo a unos índices más racionales.

Indica Rojas que el caso del periódico Economía Hoy es totalmente diferente porque nace con una organización dirigida hacia una producción automatizada. En este momento las páginas salen totalmente ejecutadas, salvo la parte de la fotografía, para lo cual ya están adquiridos los equipos que pronto entrarán en funcionamiento.

— Uno de los primeros efectos que produce la automatización es el deslinde de las funciones de la Secretaría de Redacción. Antes iba al fondo de la noticia y a la vez atacaba el área del diseño gráfico. La automatización hace que la Secretaría de Redacción se ocupe más del diseño ocupándose el Departamento de Edición del tratamiento propiamente noticioso, sin que necesariamente tenga la Secretaría que perder las facultades que antes tuvo.

Igualmente señaló:

— La automatización permite que se constituyan una serie de reglas para el tratamiento de títulos, sumarios, fotografías, orlas y rayas, tamaños de textos (sin que esto signifique una barrera infranqueable) lo cual permite establecer una estructura desde la primera hasta la última página, sin provocar un desorden visual que es mucho más factible que se produzca en un periódico cuyos límites no están determinados por un programa, sino que van a depender del criterio individual de la persona que lo está ejecutando en su momento.

Al estar programadas las características generales de cada página, con los logotipos correspondientes a cada una de las secciones, le queda al diagramador resolver los espacios blancos. Aunque el periódico está automatizado, el prediseño de cada página se hace manualmente, con papel y lápiz.

Al respecto agrega Rojas:

— Al margen de toda esta estructura automatizada de comienzo a fin, no deja de intervenir en el aspecto fundamental del diseño, el apoyo artístico manual en la ejecución de cada una de las páginas. Una de las salas de Secretaría de Redacción es el Departamento de Artes, ajeno totalmente a lo que son sistemas computadorizados de producción. Es más los artistas que lo componen están reacios a la utilización de la computadora como instrumento de su trabajo y como apoyo de sus creaciones, y de alguna manera el sistema se ha adecuado a ellos y no al contrario.

El diseñador necesita papel y lápiz

Al mismo tema se refirió Mario García, Director Asociado del Poynter Institute for Media Studies Saint Petersburg del estado de Florida, en Estados Unidos, durante su conferencia "Tendencias en Diseño Gráfico".

— Aunque soy una persona que uso la QuarkPress, hasta la llevo en mi maletín constantemente y la Macintosh la uso a diario, pues la tecnología avanza y sigue avanzando, pienso personalmente que en diseño, siempre y lo mejor, es el contacto entre el cerebro, los ojos, la mano y el papel. Se hace manualmente un esquema pequeño y luego se lleva a la computadora;

de lo contrario todos los diarios van a resultar iguales porque uno se empieza a adaptar al software y termina dominado indirectamente por ese software. La tecnología viene a acelerar el proceso, no viene a sembrar la semilla creativa. El proceso creativo se puede hacer sin ninguna tecnología, de hecho yo exhorto a los docentes a que enseñen conceptos y para ello las universidades no necesitan invertir millones de dólares en computadoras. Los conceptos de diseño se pueden enseñar a la antigua, hasta debajo de un árbol, y la tecnología lo que viene es a auxiliar el proceso.

Mayor énfasis en la presentación

Para Mario García, un periódico de hoy debe plantearse como primer punto ser amistoso hacia el lector, es decir, "apresurar su paso por las páginas, facilitarle la lectura". Y como segundo punto atribuyo al arte y a la ilustración el gran impacto que necesita todo periódico actual.

— Yo no creo que un periódico moderno pueda llamarse así si no tiene un Departamento de Arte y un Director de Arte y si se le ha dado a la coordinación de los elementos visuales la misma importancia que le da a los elementos redaccionales. Muchos diarios han incorporado el uso del color, pero para esto es necesario contar con una persona que coordine y planifique su utilización. Hay que tener en el periódico un individuo que cuando los demás jefes de redacción estén coordinando lo que va a aparecer ese día en la primera página, él esté pensando en cómo se va a presentar visualmente al lector el periódico de ese día, con fotos, infografía, color. Su presencia es imprescindible ya que la ilustración gusta a ese lector joven que todos estamos tratando de captar.

Diferenciar las funciones

En Venezuela quienes se ocupan de la presentación gráfica de los diarios son los Secretarios de Redacción, los cuales por Ley deben ser periodistas. Mientras, la tendencia mundial pareciera ser el trabajo en cooperación entre el periodista y el diseñador o grafista, pero con funciones bien diferenciadas.

Quizás este fue el tema más candente del debate final del Seminario, cuando los Secretarios de Redacción venezolanos defendieron su capacidad de encargarse del diseño de los diarios, guardando su condición de periodistas profesionales. Mientras, los expertos internacionales alegaban que la nueva tecnología obliga a la dicotomía entre el trabajo redaccional y el trabajo de diseño propiamente dicho, al cual atribuyen fundamental relevancia, para capturar a ese "lector apático de la generación televisión".

Ponto Moreno, Director Gráfico del Diario El Tiempo de Bogotá, Colombia, indicó que en su país "hace apenas dos años que los grafistas son considerados un poco periodistas y no los periodistas considerados grafistas".

— Creo que al principio la adaptación es difícil porque el grafista es mal recibido en el medio periodístico hasta el momento cuando se capta que su labor es hacer que el material producido por los periodistas sea más leído y mejor puesto en escena. Los grafistas tenemos una formación de imagen y una cultura gráfica que muy pocos periodistas dominan, porque normalmente los periodistas ocupan su tiempo en escribir y nosotros en empaquetar. Yo creo que la división del trabajo y una buena colaboración es lo que hace un periódico atraiga a más lectores.

Esta posición fue avalada por Mario García y Tito Klein. Seguramente para los invitados internacionales no quedó muy claro la diferenciación que se establece en Venezuela entre el periodista que se encamina profesionalmente hacia el área de la redacción y el que se dirige por el camino de la diagramación y del diseño, convirtiéndose en dos especialidades distintas, que a la vez se complementan.

Este punto fue defendido por Mariela Pereira, Jefe de Secretaría de Redacción del Diario de Caracas.

Para mí más importante que plantear si el diseño debe estar en manos de un periodista o de un diseñador es incorporar el concepto periodista-diseñador, porque no se puede hablar de diseño sin tener la propiedad del periodista, que muchísimas veces le falta al diseñador. Primero hay que ser periodista, conocer todas las normas y las reglas de un buen periodismo y luego volcar esos conocimientos hacia el diseño: Este profesional es importantísimo porque conoce la posibilidad de la noticia en el espacio y en la forma. No se trata solamente de mostrar páginas bellas, es mostrar lo que realmente tiene interés informativo.

Automatización o informatización

Aunque en Venezuela a los términos automatización e informatización, se usan indistintivamente, Tito Klein se encargó de establecer la diferencia entre ambos:

Para él automatización es el proceso que se da en revistas cuyas páginas no varían mucho unas de otras ni de número en número, como por ejemplo, una revista de programación de televisión. Se definen previamente los estilos en una base de datos y luego con una simple aplicación las páginas salen resueltas automáticamente.

Informatización es el uso de la computadora como herramienta; es decir, el diseñador o Director de Arte diseña página por página, decidiendo dónde va cada foto y las características que tendrá cada texto.

¿La nueva tecnología, acabará con la lectura?

Igualmente, Tito Klein, refiriéndose al futuro hacia donde nos conduce la nueva tecnología, opinó que por mucho que tienda a ir hacia el campo de la multimedia, hacia el campo del video interactivo, nunca va a suplantar al papel.

—Cada vez hay más enciclopedias, cada vez hay más revistas, cada vez hay más libros. Con la nueva tecnología podemos crear enciclopedias electrónicas que en vez de distribuirse en papel se distribuyen en compact disk y se pueden difundir vía satélite instantáneamente. Pero pienso que es otro modo de consumir información y no creo que suplante a la información impresa.

La nueva tecnología permitirá los libros interactivos. Hoy en día, por ejemplo, hay compact disk para computadoras sobre la vida de Mozart y puedes escuchar sus sinfonías, verlo caminar, puedes ver los paisajes donde él estuvo y muchas más cosas, pero eso no va a hacer que no hayan más libros sobre Mozart; siempre habrá las dos formas de consumir información. A lo mejor viendo ese compact-disk te interesas más sobre la vida y la obra del músico y entonces compras libros sobre él y profundizas el conocimiento. Son dos conceptos diferentes.

GUIA BIBLIOGRAFICA



Enrique Castejón Lara
Técnicas de Información
Ediciones de la Facultad de Humanidades y Educación de la UCV.
Caracas 1991.

Enrique Castejón Lara en **Técnicas de Información** analiza, con la vocación pedagógica y el rigor metodológico que lo caracteriza, dos de los géneros de mayor importancia del periodismo contemporáneo, como son la reseña y la entrevista, e igualmente describe todas las áreas que envuelven a un medio de comunicación impreso, en este caso, el periódico, desde su conformación como empresa, pasando por su configuración morfológica, hasta llegar a ser vehículo de expresión social.

La importancia de esta obra, que fue originalmente concebida como trabajo de ascenso en la Escuela de Comunicación Social de la UCV, es fundamental, pues llena un vacío en lo que respecta a la producción de obras de periodismo en nuestro país. Sólo si se revisa la bibliografía específica y general, presentada por el autor en su trabajo de investigación, se puede apreciar que el libro más reciente relacionado con la materia data de 1977, lo cual refleja la profunda escasez de bibliografía existente en el país. En tal sentido, es digno de destacar el loable esfuerzo realizado por el Fondo de Editorial de Humanidades y Educación de la Facultad de Humanidades y Educación de la UCV al editar esta obra.

Técnicas de Información no pretende establecer prístinos conceptos sobre la materia. Al contrario —tal como lo establece el autor en la introducción de la obra—, “intenta contribuir a formar los cimientos básicos para proseguir la labor de confección de obras que permitan alcanzar un conocimiento cada vez más preciso y amplio de la materia...De ningún modo se pretende, en estas páginas, establecer una teoría única de los diversos aspectos que se tratan”.

Así como en su obra **La Información Derivada**, Castejón estudia a profundidad el hecho noticioso y la noticia como género del periodismo, en **Técnicas...** hace lo mismo, sólo que en este caso con la entrevista y la reseña. En este sentido, el autor reúne a todos los “clásicos” del periodismo norteamericano (Fraser Bond, Mitchell Charnley) así como a los consagrados, pues son una referencia obligatoria para todo aquel que se precie de comunicador.

Franceses, españoles y venezolanos (José Acosta Montoro, José Martínez Albertos, Manuel Vásquez Montalbán, Philippe Gaillard, Jacques Fauvet, Federico Alvarez, Eleazar Díaz Rangel, Héctor Mujica, entre otros muchos), constituyen la amplia muestra.

Sin embargo, el profesor Castejón Lara, no solo reúne y cita a los investigadores antes señalados por el prurito de apoyar su investigación, sino que de manera precisa, los trae a colocación para dejar en evidencia los diferentes puntos de vista de cada uno de ellos en los temas tratados, hecho que se pone de manifiesto en el primer punto del tema: la entrevista periodística, donde se citan a tres autores, dos norteamericanos y un español, quienes poseen conceptos diferentes de lo que debe ser la entrevista como género del periodismo. En otro de los temas abordados por Castejón, la reseña, las divergencias no solamente en su formulación teórica sino también en su ejecución práctica, se hacen más patentes: unos autores piensan que la opinión del periodista debe estar presente en la reseña; el resto consideran, entre ellos el autor de *Técnicas...*, que el comunicador puede dejar traslucir su opinión, sin que ello implique una opinión abierta.

El otro de los puntos abordados por el profesor asociado de la UCV, es el del periódico como empresa periodística. Aquí el autor hace una breve introducción al tema y luego va desglosando cada estructura de dicha empresa, relacionándola con la función del periodista como parte esencial de esa institución, hasta llegar a la creación del medio físico: el periódico.

Igualmente se indica en este subcapítulo cuáles son los formatos de un periódico, qué características presentan, cómo puede ser su clasificación de acuerdo a su periodicidad, etcétera.

Como corolario, es menester acotar

que **Técnicas de Información** está respaldado, en el prólogo, por el catedrático Federico Alvarez, quien, grosso modo, pero de manera clara y expedita, realiza una escisión de los tres tópicos tratados por Castejón.

Indudablemente que esta obra, por su concepción pedagógica, su énfasis en evidenciar diferentes ópticas en el tratamiento de los temas y porque no establece conclusiones definitivas, sino deja el camino sembrado para futuras investigaciones, suscitará el interés tanto de profesores como de estudiantes, así como también de todos aquellos lectores que quieran acercarse al difícil más no por ello menos gratificante mundo del periodismo.

Rolando Chávez



“La Cultura Fronteriza” Nueva Edición de la Revista **Estudios sobre las Culturas Contemporáneas**

Espacio de lucha, de encuentro, de movimiento: frontera México-Estados Unidos;

en este escenario encontramos la presencia de dos naciones que mantienen un desarrollo económico y productivo desigual, una cultura y régimen político diferente.

En torno a la cultura fronteriza versa el contenido del último número: volumen IV, número 11-1991, de la Revista *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas* reflejo del trabajo constante del Programa Cultura del Centro de Investigaciones Sociales de la Universidad de Colima.

La publicación habla de una interesante pluralidad temática, filosofía, literatura, cine, medios de difusión, bandas juveniles, religión, telenovelas y en general, marcos conceptuales y contextos situacionales que tienen estrecha relación con el análisis y reflexión de la cultura de la frontera.

Un especialista en el tema como lo es Jorge Bustamante, investigador del Colegio de la Frontera Norte (COLEF) de México, es el indicado para introducir al lector en la temática, su artículo *Frontera México-Estados Unidos; reflexiones para un marco teórico*, abre la nueva publicación; expone una rica propuesta de análisis conceptual para abordar el estudio esta realidad, perspectiva inspirada en las concepciones de interacción social y asimetría del poder de Max Weber.

La noción misma de "frontera" sugiere que todo lo que se encuentra "frente" a un individuo constituye de alguna manera su frontera. *El hombre y sus fronteras, una visión filosófica*. Es el segundo texto donde Horst Matthai, maestro en filosofía de la Universidad de Baja California, analiza un serio argumento filosófico del concepto, así como sus múltiples significados e interpretaciones.

Por su parte, Dora Elvia Enríquez, investigadora de la Universidad de Colima, presenta un trabajo histórico donde analiza características muy puntuales de la identidad social y los cambiantes contextos de la cultura

de los sonorenses.

Joan B. Anderson y Martín de la Rosa, economista y sociólogo, respectivamente, en el texto *Familias pobres de la frontera. Estrategias de sobrevivencia* comparten una rica experiencia de campo realizada a través de entrevistas y observación directa con once familias de escasos recursos económicos radicadas en la ciudad de Tijuana, y sus formas de adaptación a la vida social.

Texto valioso por sus fundamentos en un trabajo empírico. Para hablar de cine se requiere además de una enorme sensibilidad y gusto por la pantalla grande, un amplio conocimiento sobre esta cuestión. Norma Iglesias, investigadora del Colegio de la Frontera Norte, comunicóloga interesada en la cinematografía; se ha venido realizando en los últimos años en el espacio fronterizo, para ello considera una serie de entrevistas con productores que hacen posible la existencia del género en la región norte.

Florence Toussaint y Raúl Navarro, el primer investigador de la UAM-Xochimilco de México, y la segunda, investigadora de la UAM, participan en este número con un texto donde describen de manera general algunos rasgos culturales del espacio social fronterizo y abordan en particular la oferta de los medios de difusión colectiva, sobre todo radio y televisión, así como los principales grupos que tienen una destacada posición y control de los medios en las ciudades de la frontera.

El poeta y ensayista Gabriel Trujillo, en un claro lenguaje, comenta la amplia producción literaria, tendencias, propuestas, perfiles principales, de la nueva generación de escritores jóvenes de Baja California.

Las bandas: entre el mito y el estereotipo. ¿Emergencia de nuevas formas de Comunicación, es un texto donde Rossana Reguillo, maestra de comunicación por el ITESO de Guadalajara y miembro del consejo

editorial de la Revista, argumenta parte de sus experiencias vividas con chavos banda de la ciudad de Guadalajara. El objetivo del texto es analizar las identidades juveniles urbanas, así como las prácticas de comunicación, producción y circulación de estos grupos.

Con ese estilo muy particular de objetivar sobre el papel sus ideas, Jesús Galindo, investigador del programa Cultura de la Universidad de Colima, en un ligero discurso reflexiona acerca de la religión, lo que llama la "tecrera orilla": escenario de sentido, de trascendencia, de contacto con todo un punto invisible.

Se incluye en esta ocasión una crónica de Gabriel Trujillo donde se narran algunos momentos del grupo de rock mexicano "Tri" en el Ti-Yei.

Finalmente, dentro de la sección **Metodología, Métodos, Técnicas**, Jorge González, Coordinador del Programa Cultura de la Universidad de Colima y Director de la Revista, continúa atrabajando algunas ideas acerca de los modos en que las familias se relacionan con las telenovelas, inquietud que tiene directa con el proyecto de investigación usos sociales de las telenovelas mexicanas.



FUNDACION CARLOS EDUARDO FRIAS

INVITA A

Estudiantes, profesionales y demás
personas vinculadas a la Publicidad
a visitar la

BIBLIOTECA CARLOS EDUARDO FRIAS

donde podrán encontrar una
seleccionada bibliografía sobre
Temas de Publicidad, Comunicación
y Mercadeo.

Dirección:

Sede de FEVAP. Ave. Francisco de Miranda,

Edificio RORAIMA, P.H.

Horario (lunes a viernes)

Mañana: 8:30 am. - 12:00 m.

Tarde: 2:30 pm. - 5:00 pm.

teléfonos: 33.65.05-33.42.56.

190-06-1

INFORMACIONES

SEMINARIO LATINOAMERICANO DE CENTROS DE DOCUMENTACION EN COMUNICACIONES “RED REGIONAL COMNET-AMERICA LATINA”

Lima, 25-27 de noviembre, 1991

Del 25 al 27 se reunieron en Lima bajo los auspicios de la UNESCO y la coordinación de IPAL, dieciocho representantes de instituciones iberoamericanas que participan en la RED REGIONAL COMNET-América Latina, especializada en el área de comunicación y cultura.

El primer día —lunes 25— por la mañana se hicieron las presentaciones de rigor de los directivos de IPAL, Rafael Roncagliolo; ALAIC y PORT-COM, Regina Keiko CIESPAL, Lucía Lemos, FELAFACS, Walter Neira; el Consejero Regional en Comunicación para América Latina (UNESCO), Alejandro Alfonzo, y el Secretario Ejecutivo de la Red Peruana de Centros de Documentación en Comunicaciones, Giancarlo Carbone, quienes plantearon los propósitos y expectativas integradoras del seminario para potenciar la labor investigativa en la región latinoamericana.

A continuación los demás delegados participantes de Brasil, Ecuador, España, México, Perú, Uruguay y Venezuela, se autopresentaron, describiendo brevemente sus cargos en los respectivos centros así como el perfil de servicios (España asistió como participante invitado).

Por la tarde se realizó un inventario de tipos de bases de datos, desarrollados, atendiendo a los diversos propósitos de “referencia” (bibliográficos, hemerográficos, videográficos), de “legislación”, de “estadística”, de “políticas” y de “investigación”; y se elaboró un diagnóstico comparativo de los “hardware”, “software” y “thesaurus”, utilizados por las diversas instituciones, tanto para el soporte y almacenamiento como para los procesos de transmisión y difusión.

El día concluyó con presentación de las primeras experiencias de IPAL y VIDEO-RED, ubicadas en el centro anfitrión.

Durante el segundo día —martes, 26— prosiguieron las descripciones de los siguientes centros:

- la experiencia de bases de datos bibliográficos y hemerográficos del Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (CIESPAL), al cargo de Lucía Lemos, Directora del Centro de Documentación,
- la consolidación del Centro de Documentación del Instituto de Comunicación y Desarrollo

- ICD) del Uruguay, a cargo de Sara Lerena, Directora del Centro de Documentación,
- el proceso de automatización documental en el Centro Gumilla de Venezuela, a cargo del Jefe de Documentación, Jesús María Aguirre,
- el desarrollo de la base brasileña PORT-COM, a cargo de su directora Regina Keiko,
- la evolución del Centro Mexicano de Investigación y Comunicación Educativa (ILCE) a cargo de su directora Patricia Avila.

Desde otra perspectiva complementaria el Director de IBERCOMNET, Antonio García Gutiérrez, de la Universidad Complutense de Madrid, expuso el tema de "La normalización del vocabulario en comunicaciones a partir de los problemas planteados por la traducción del inglés del Thesaurus internacional en comunicación e información de la UNESCO.

Como un aporte sobre las tecnologías de punta en el almacenamiento y recuperación de la información, Lourdes Fera, Directora de Desarrollo Bibliotecario de la Universidad de Colima, mostró los primeros productos de CD-ROM, puestos ya en funcionamiento en redes multiusuarios (Cada disco compacto de CD-ROM con una memoria de 620 Mb almacena el conjunto de datos correspondiente a 200 mil páginas, y es un medio apto para la conservación y recuperación tanto de textos completos como de imágenes en color y sonido). En esta perspectiva se va a elaborar un disco compartido con la producción documental de referencias de cinco países latinoamericanos.

La exposición sobre las experiencias cerró con la presentación de la Base de Datos sobre legislación en el área cinematográfica, que está llevando a cabo la Unión Latina, dirigida por Joëlle Hullebroeck.

A última hora de la tarde hubo un intercambio —o conversatorio en lenguaje peruano— de los participantes en el Seminario con un grupo de la Asociación Peruana de Investigadores de la Comunicación, APEIC, presidido por Luis Peirano. Se focalizó en problemas relativos a proyectos, financiamiento e intercambios.

Todo el día miércoles 27 se dedicó al diseño de la Red Latinoamericana de Centros de Documentación de Comunicaciones y a los diversos aspectos técnicos como la revisión del Thesaurus, las fichas de entrada, los mecanismos tradicionales y nuevos de intercambio y, en general, propuestas de acción, cuyos conclusiones se publicarán en el próximo número.

INTENTO DE MONOPOLIO EN LOS MEDIOS

Recientemente, uno de los más poderosos grupos económicos del país, con gran influencia política, ha mostrado un interés progresivo en apoderarse o controlar los Canales Televisivos del Estado, el Teatro Teresa Carreño y el Poliedro, un gran centro de espectáculos, también estatales. En el pasado reciente ha incrementado su influencia en la prensa y medios audiovisuales. Como metodología ordinaria para ello nunca aparece directamente, sino que se esconde detrás de personas o empresas interpuestas, o a través de fideicomisos.

Poco después de la creación del Canal 10, una de las televisoras privadas con mayor futuro, trascendió que el presidente de un grupo financiero, asociado a esa organización, y tras la figura de un fideicomiso, compró un lote importante de las acciones de ese Canal, llegando a

manejar su administración y gerencia general. Ahora tendrían la intención de apoderarse totalmente de la empresa, ya que, a través de un juicio político, han logrado el exilio voluntario del país del socio fundador.

En el seno de los accionistas se repite con insistencia que su Gerente General, Edwin Acosta Rubio, es testaferro de Cisneros y de un grupo denominado Titrapla, que significa Tinoco-Travieso-Planchart. Hay que aclarar que el Dr. Tinoco es el Presidente del Banco Central de Venezuela. Poco después de salido al aire el Canal, Titrapla traspasó sus acciones en Televén a Edarru, compañía constituida por Edwin Acosta Rubio y "otros". Esta presencia irregular de accionistas "anónimos" ha sido una de las causas principales de la actual crisis por la que atraviesa dicha televisora.

Ultimamente se maneja como dato cierto y comprobado que el grupo Cisneros compró a Alfonso Riverol el 11,25% de las acciones que éste tenía a su nombre en Televén.

Durante los últimos meses se ha convocado dos Asambleas Generales de Accionistas, conforme al art. 310 del código de comercio, para discutir varias denuncias levantadas por algunos accionistas sobre una supuesta malversación administrativa por parte de la Gerencia actual. Dichas Asambleas no se pudieron llevar a efecto por los recursos de "amparo" y "Habeas Corpus", interpuestos por Edwin Acosta Rubio ante los tribunales, lo que constituye un desafuero jurídico al pasar del área comercial a la penal.

Son obvios los peligros de que la mayoría de los medios pertenezcan a un solo consorcio. Es él quien decide cuánto se paga a artistas y periodistas, quién trabaja y quién no. Se irrespeta al público, porque es él y solamente él quien decide lo que pueden escuchar, leer y ver los ciudadanos. Además, la posesión de los medios es una magnífica plataforma para lanzar los candidatos que uno quiera para ocupar las primeras magistraturas de la nación.

Aquí se corre el riesgo que pueda ocurrir eso mismo. Si logran desplazar de esa empresa a su fundador, estaríamos en el umbral de la gravísima situación que implica entregar a unas pocas manos el futuro político y económico del país, para que lo sometan a sus intereses particulares.

SEGUNDO CONGRESO LATINOAMERICANO DE ESTUDIANTES DE COMUNICACION SOCIAL

Del 7 al 11 de octubre de 1991 se realizó en la Pontificia Universidad Javeriana de Bogotá, Colombia, el II Congreso Latinoamericano de Estudiantes de Comunicación Social, "Comunicación Joven II". Este congreso tuvo como objetivo principal la consolidación de la FELECS (Federación Latinoamericana de Estudiantes de Comunicación Social).

En la capital colombiana se dieron cita más de 400 delegados de 12 países latinoamericanos (Argentina, Bolivia, Brasil, Colombia, Chile, República Dominicana, Ecuador, Panamá, Perú, Puerto Rico, Uruguay y Venezuela) con el fin de redactar los estatutos de dicha federación.

Se comenzó de una manera práctica a visualizar el futuro de FELECS, empezaron las discusiones y propuestas en cada una de las mesas de trabajo, divididas en: Mesa 1: De la Filosofía, Constitución, Sede y Objetivos; Mesa 2: De los Miembros; Mesa 3: De los Organismos de la

Federación; Mesa 4: El CLIC (órgano comunicativo de la federación).

Los organizadores del congreso (los estudiantes de la Facultad de Comunicación Social de la Pontificia Universidad Javeriana) hicieron llegar a cada una de las universidades invitadas un borrador de estatutos, sobre el cual cada una de las delegaciones se encargaría de hacer y proponer cambios o mejoras.

El sistema de trabajo empleado fue el de dar autonomía a cada mesa de trabajo, en donde había un representante, con voz y voto, por cada delegación presente, de manera tal que los estatutos por ellas reformados contaran con la aprobación general. Luego de 4 días de discusiones, se eligió una Comisión Redactora conformada por representantes de cada mesa de trabajo. Así llegaron a la Asamblea General, en donde fueron leídos los estatutos definitivos, permitiéndose solo cambios de concordancia entre artículos.

Venezuela contó con 5 delegaciones: UCV, ULA, UNICA, LUZ, UCAB. La delegación venezolana jugó un importante papel en cada una de las mesas; se logró, entre otras cosas, el nombramiento de Luisa Palacios como Representante por el Bloque Bolivariano (Venezuela, Colombia, Ecuador, Perú y Bolivia) ante el Consejo Directivo de la FELECS.

En la Asamblea General se decidió que el próximo congreso tendría como escenario a la hermosa isla de Puerto Rico; se designó a Bolivia como sede de la FELECS por 3 años; por su parte Colombia fue elegida la sede del "CLIC Central", país hacia donde convergerán las informaciones emanadas de los "CLICS Nacionales".

CREADA ESCUELA NACIONAL DE CINE Y TV

El ministro de la Cultura, José Antonio Abreu y el rector de la Universidad de Los Andes, Néstor López Rodríguez, firmaron un acuerdo mediante el cual se crea la Escuela Nacional de Cine y Televisión de Venezuela, con sede en Mérida y extensión en Caracas.

En el acto, desarrollado en el despacho del ministro de la Cultura, estuvieron presentes el ex rector de la ULA, Pedro Rincón Gutiérrez, el director del Departamento de Cine de la misma Universidad, Edmundo Aray; el director de Cultura de la ULA, Julio C. Tallafiero; el director de Cine, Fotografía y Video del Conac, Ildemaro Torres, el rector de la Universidad Nacional Abierta, Gustavo Luis Carrera y Raúl Nass, miembro del consejo directivo del Conac.

Muchos se preguntan —dijo el ministro Abreu— ¿por qué una escuela de cine en Mérida, tan alejada de los circuitos de exhibición y producción del cine nacional y extranjero? y es que Mérida ha acumulado suficientes méritos para ser la sede de la Escuela de Cine y TV; posee el único Departamento de Cine, con una trayectoria de premios internacionales para sus producciones y es la sede del Festival de Cine Nacional.

El ministro hizo mención, asimismo, de la licenciatuza en Fotografía y Video que ya ofrece la Universidad Nacional Abierta e interpretó que esto forma parte de un triángulo de acciones ejecutivas a favor del cine que adelantan la UNA, el Conac y ahora la ULA.

La creación de la Escuela Nacional de Cine y Televisión en Mérida será el centro de un sistema de cinematecas y cineclubes en todos los estados del país.

ASI QUEDO LA COMUNICACION SOCIAL EN LA NUEVA CONSTITUCION POLITICA DE COLOMBIA

Artículo 73. Se garantiza a toda persona la libertad de expresar y difundir su pensamiento y opiniones, de informar y recibir información veraz e imparcial. Entre estas libertades está la de fundar medios masivos de comunicación.

Los medios masivos de comunicación son libres y tienen una responsabilidad social. Se garantiza el derecho a la rectificación en condiciones de equidad. No habrá censura.

Artículo 74. La actividad periodística gozará de protección para garantizar su libertad e independencia profesional.

Todas las personas tienen derecho a acceder a los documentos públicos salvo los casos que establezca la ley.

El secreto profesional es inviolable.

Artículo 75. El espectro electromagnético es un bien público inenajenable e imprescindible sujeto a la gestión y control del Estado. Se garantiza la igualdad de oportunidades en el acceso a su uso en los términos que fije la ley.

Para garantizar el pluralismo informativo y la competencia, el Estado intervendrá por mandato de la ley para evitar las prácticas monopolísticas en el uso del espectro electromagnético.

Artículo 76. La intervención estatal en el espectro electromagnético utilizado para los servicios de televisión, estará a cargo de un organismo de derecho público con personería jurídica, autonomía administrativa, patrimonial y técnica, sujeto a un régimen legal propio. Dicho organismo desarrollará y ejecutará los planes y programas del Estado en el servicio a que hace referencia el inciso anterior.

Artículo 77. La dirección de la política que en materia de televisión determine la ley, sin menoscabo de las libertades consagradas en esta Constitución, estará a cargo del organismo mencionado.

La televisión será regulada por una entidad autónoma del orden nacional, sujeta a un régimen propio. La dirección y ejecución de las funciones de la entidad estarán a cargo de una junta directiva integrada por cinco (5) miembros, la cual nombrará al director. Los miembros de la junta tendrán período fijo. El Gobierno nacional designará dos de ellos. Otro será escogido entre los representantes leales de los canales regionales de televisión. La ley dispondrá lo relativo al nombramiento de los demás miembros y regulará la organización y funcionamiento de la entidad.

Se garantizarán y respetarán la estabilidad y los derechos de los trabajadores de Invasión.

MANIFIESTO DE BOGOTA

En mayo del año 1991 se llevó a cabo en Bogotá la IV Feria Internacional del Libro, que convocó en esa hermosa ciudad andina a miles de fanáticos mundiales de la lectura, la escritura y la elaboración bíblica, y en la cual Venezuela fue homenajeada como país emblema. Por considerarlo de especial significado para la anhelada integración latinoamericana en el terreno de la cultura, les entregamos este documento, concebido y firmado por intelectuales de Venezuela y Colombia con motivo del Encuentro de Escritores y Artistas celebrado en el marco de la IV Feria.

La cultura es el espacio natural de la integración. Ha sido la lengua, con los matices propios de cada creador, la que nos ha permitido hablar entre nosotros mismos sin barrera alguna, más allá de los prejuicios, por encima de las diferencias, buscando la alegría de las semejanzas para edificar la común casa compartida.

Desde los cronistas como el Padre Gumilla hasta Gabriel García Márquez, nunca se supo con exactitud a qué país pertenece el pasaporte que identifica a los creadores: todos han sido felices dondequiera que estuvieran con la sola identidad de la cultura, y sus temas resultaron tan compartibles que lectores de toda América los consideraron suyos.

Uno de aquellos creadores se preguntó: "¿Qué diferencia hay entre Colombia y Venézuela?". Y no halló respuesta. Para venezolanos y colombianos sólo hubo exilio por fuera de sus dos patrias que son una misma patria, cuando la intolerancia o su forma más cruda, la violencia, impedían pensar, imaginar o discurrir: cada uno supo encontrar un nuevo hogar en el país vecino para proseguir sus afanes.

Que este documento, rubricado en Bogotá por creadores e intelectuales venezolanos y colombianos, sirva para mantener vigentes tales lecciones y contribuya a acelerar, en el terreno práctico, la caída de los últimos obstáculos a la libre circulación de los bienes culturales.

Que en un mundo de bloques Colombia y Venezuela den ejemplo, propiciando un mercado común de las ideas, una zona para la cultura como lo han sido este Encuentro de Intelectuales, la IV Feria Internacional del Libro, y Casas hermanas de Poesía en los respectivos países. Así escritores y poetas, pintores y escultores, titiriteros y caricaturistas, museos y orquestas sinfónicas juveniles, gentes de ballet y teatro, estudiosos de nuestras tradiciones, historiadores, analistas de la vida política, cineastas, hacedores de libros y revistas, filólogos, proseguirán, como lo hace la etnia wayyu en la Guájira desde hace siglos, pasando de un país a otro con libertad y sin restricciones. Solo en tal espacio de democrática libertad nuestros creadores han podido desarrollar sus talentos y ejercer el derecho a una crítica que la sociedad necesita y reclama. Es la entereza de la palabra honesta el mejor antidoto contra la ciega violencia.

Y la pluralidad de voces que garantiza, finalmente, que las voluntades políticas, ahora tan explícitas, encuentren asidero definitivo en la cultura. En el tejido más hondo de nuestras sociedades, es la cultura el rostro perdurable de nuestros pueblos: sin ella no son concebibles ni el avance social, ni el desarrollo intelectual, ni el crecimiento espiritual de nuestras gentes. Al margen de incomunicaciones y desencuentros la cultura ha mantenido abiertos los canales del diálogo y el intercambio. Dijo Bolívar ante el Congreso de Angostura: "Constituyéndose en una

república democrática, proscribió la monarquía, las distinciones, la nobleza, los fueros, los privilegios; declaró los derechos del hombre, la libertad de obrar, de pensar, hablar y de escribir”.

A partir de tales bases y en el aire de entendimiento que se respira, hemos de volver expresión concreta, a escala cultural, nuestra vocación integradora; la cultura es su base ineludible, el mejor portavoz de nuestras utopías reales y la privilegiada situación geográfica de Venezuela y Colombia, el eje natural de irradiación hacia el Caribe y los Andes, del gran coloquio americano que estamos en mora de restaurar.

José Asunción Silva en carta escrita en 1895, desde Bogotá y dirigida a su amigo Pedro Emilio Coll en Caracas le decía, refiriéndose a sus amigos venezolanos: “Los siento cerca, muy míos, muy semejantes a mis necesidades sentimentales; pienso en ustedes como en familia mía... volver pronto a esa y sentir, con la caricia voluptuosa del clima, las simpatías que me hicieron como una segunda patria de su querida tierra”. Desde Bogotá, buscamos reanudar tan fértil diálogo; hacer que José Antonio Ramos Sucre y Mariano Picón Salas sean referencias familiares como ya lo van siendo en Aracataca, Apartadó o Jardín, del mismo modo que Baldomero Sanín Cano o Porfirio Barba Jacob sean también alimento cotidiano en Altigracia de Orituco, Yaritagua o Canoabo, ejemplarizando en estos pocos nombres la constelación de nuestros múltiples creadores.

Parfraseando a Borges, podemos concluir diciendo que hombres de diversas estirpes han tomado la extraña resolución de ser razonables: “Han resuelto olvidar sus diferencias y acentuar sus afinidades”. Este manifiesto es una prueba de ello.

Bogotá, Mayo 10 de 1991

LA CINEMATECA ABRE SUS PUERTAS

Los primeros cuatro días de Octubre del 91, el celuloide volvió a rodar a 24 cuadros por segundo en la escuela de cine de Venezuela. Por supuesto que me refiero a la Cinemateca Nacional. Esta sala abrió con buen pie ya que en esos días se estrenaron JERICO de Luis Alberto Lamata, LATINO BAR de Paul Leduc, TERRANOVA de Cológero Salvo y DISPAREN A MATAR de Carlos Azpúrua.

Esperemos que Oscar Lucien director general de la Cinemateca (ahora fundación) pueda ejecutar los proyectos tan loables que tiene en mente; a pesar de que sabemos que en este mundillo de la cultura se cruzan y amplifican las intrigas, que de pronto congelan los proyectos que verdaderamente son trascendentes para el desarrollo de nuestra cinematografía.

Perdonen nuestra incertidumbre y cierto pesimismo, pero en Venezuela puede ocurrir cualquier cosa; y más aún cuando un personaje por ahí aseveró que Recadi salvó al país.

Pero retomando el asunto de la Cinemateca Nacional, quiero referirme a la mejor ptcuanto a la exclusión de Jericó como la mejor película para que aprendan a ver cine en la Cinemateca, con un sentido honesto, sin los vicios de la teoría y de los vínculos del amiguismo.

POR LA DEFENSA DE UN GRAN SERVICIO DE RADIOTELEVISION

En Octubre de 1991 se celebró en el Ateneo de Caracas un taller que se centró en el tema de la situación de la televisión a nivel nacional. Concretamente la pregunta medular del taller rezaba: ¿Es posible una radio-televisión de servicio público?

El encuentro, en cuestión, estuvo coordinado por Eduardo Pozo, politólogo y secretario de cultura del Movimiento al Socialismo; y en el mismo intervinieron personalidades ligadas al ámbito de los sistemas audiovisuales de difusión masiva, entre los que se encontraban: Elizabeth Safar, profesora del Instituto de Investigaciones en la Comunicación y de la UCV; Antonio Pasquali investigador en Comunicación; Elizabeth Camino, directora del Canal 5; Jaime Alsina, director de Radio Nacional de Venezuela; Alvaro Vilachá, Presidente de Venezolana de Televisión; José Ignacio Rey, miembro de la revista Comunicación y profesor de la UCAB, entre otros.

El objetivo principal del taller reside en organizar un comité permanente a fin de auspiciar, con la premura que amerita el caso, la creación de un gran servicio público de radiotelevisión. Con esto se quiere evitar que la ola privatizadora elimine cuando menos lo esperemos alguno de los dos canales del Estado.

Aplaudimos con beneplácito esta iniciativa, que por supuesto no es la primera. Las acciones en materia de radiotelevisión tienen que ser precisas y oportunas para evitar que se privaticen estos medios tal como ocurrió con la CANTV y ahora tenemos a un Kent Foster hablando al país. Mañana quizás ordenará la bandera nipona o norteamericana en nuestras pantallas de TV.

LA ALAIC Y EL PRIMER CONGRESO

La Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIC) fue creada en Caracas, en noviembre de 1970, por iniciativa de un grupo de científicos de la comunicación (Pasquali, Ramiro Beltrán, Martín Barbero, Díaz Rangel, entre otros) comprometidos con el avance de esa disciplina académica en Latinoamérica. La principal conquista de ALAIC fue la legitimación de la nueva área de conocimiento ante la UNESCO y las agencias internacionales de fomento científico. Hasta entonces, las investigaciones en comunicación se confundían con los estudios realizados bajo la égide de las ciencias sociales, principalmente la Sociología. Por la actuación de ALAIC, la Comunicación fue reconocida como área autónoma de investigación académica, sin, naturalmente, rehusar la articulación interdisciplinar, una característica intrínseca de las Humanidades.

También le cupo a ALAIC la responsabilidad por movilizar a la comunidad dedicada al estudio de la industria cultural, incentivando la creación de asociaciones nacionales de investigadores de la comunicación. Esas entidades surgen en Brasil, México, Venezuela, Argentina, Colombia, Chile, Perú, República Dominicana y Bolivia. Se organizaron varios

seminarios para estudiar temas emergentes de la realidad comunicacional latinoamericana, confrontando las visiones de los investigadores de los diferentes países. Además, ALAIC promovió, con la ayuda de una agencia canadiense (IDRC), el levantamiento de la bibliografía contemporánea sobre la investigación en comunicación en algunos países de la región. Participó también de las campañas para la implantación de una nueva orden mundial de la información y de la comunicación, por la vigencia de políticas nacionales de comunicación y por la creación de agencias de noticias regionales.

La crisis económica de los años 80, responsable por la estagnación de las sociedades periféricas, afectó duramente a las universidades y a las instituciones latinoamericanas de investigación. Esa coyuntura acelera el agotamiento de los paradigmas utilizados por los investigadores sociales del continente, especialmente después de la confirmación de la fragilidad del "socialismo real", puestas en evidencia por la perestroika de Mikhail Gorbachev.

En el ámbito de la Comunicación se verifica una gran contradicción entre las tesis estatizantes y las que robustecen el protagonismo de la sociedad civil, principalmente aprovechando las aberturas que la industria cultural proporciona a la intelectualidad dentro de la transición democrática vivida por aquellos países antes estigmatizados por gobiernos autoritarios.

Todos estos factores contribuyeron para quebrar el ímpetu inicial de ALAIC, reduciendo la cooperación intra-regional y prácticamente aislando a los investigadores académicos. Sólo dos comunidades permanecieron activas: la mejicana y la brasileña. Tanto es así que la iniciativa de reactivar ALAIC, tomada por los latinoamericanos presentes en el Congreso de la Asociación Internacional de Investigación sobre Comunicación de Masa (AIERI), realizado en Barcelona (España) en 1988, la respaldaron integralmente la Asociación Mejicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC) y la Sociedad Brasileña de Estudios Interdisciplinarios de la Comunicación (INTERCOM).

En septiembre de 1989, en Florianópolis (Santa Catarina), con la presencia de representantes de doce países, se efectúa la Asamblea de Reconstitución de ALAIC, de la que resultan la aprobación de un nuevo estatuto (garantizando la participación de investigadores autónomos, en los países donde no existen asociaciones nacionales) y la elección de una nueva directoría, además de la transferencia de la sede de la entidad para Brasil. La ECA-USP acoge ALAIC y asume el compromiso de fortalecer la reconstrucción de los lazos cooperativos entre los científicos de la comunicación de todo el continente.

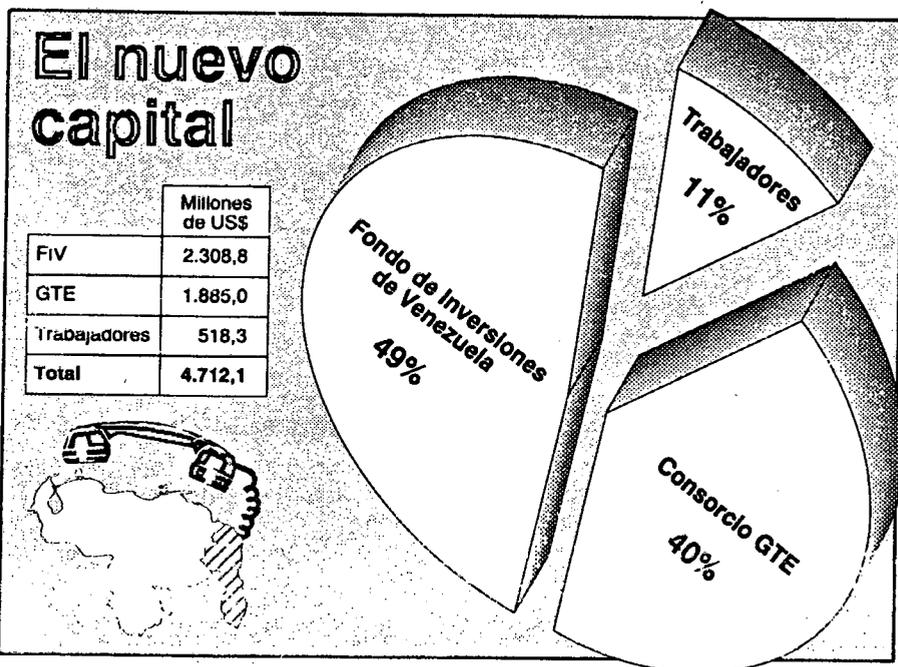
La nueva directoría de ALAIC —integrada por científicos de Brasil, Méjico y Chile— está buscando rescatar la presencia latinoamericana en los foros internacionales de nuestra disciplina. Los dos principales congresos mundiales de los investigadores del área, que se realizaron en julio (ICA-Dublín) y agosto (AIERI-Bled) de 1991 contaron con la participación organizada de delegaciones de Latinoamérica. Pero es sobre todo en el plano de la integración latinoamericana donde se concentran los esfuerzos institucionales. Inicialmente, se procura reconstruir las asociaciones nacionales de investigadores, lo que ya se concretó en Perú y en situación más embrionaria, en Uruguay y Ecuador. También se está buscando estrechar los lazos de cooperación con las asociaciones educacionales y profesionales del área: FELAFACS, UCLAP, UNDA-AL, OCIC.

A través del Boletín ALAIC, publicación que pretende mantenerse de periodicidad semestral, la organización procura difundir informaciones e ideas sobre las tendencias más

recientes de la investigación en comunicación, motivando de esta manera a los estudiosos de la disciplina a que superen la atomización vigente y consigan alcanzar espacios interactivos en los escenarios regionales e internacionales.

Todo ese trabajo destinado a promover la integración entre los científicos de la comunicación de Latinoamérica tendrá un marco histórico: la realización en Sao Paulo, este año, del I Congreso Latinoamericano de Investigadores de la Comunicación. Se está programando este evento simultáneamente a la realización del XVIII Congreso Mundial de Investigadores de la Comunicación (AIERI) y del XV Congreso Brasileño de Investigadores de la Comunicación (INTERCOM). Será una oportunidad importante para que los estudiosos latinoamericanos de los fenómenos de la comunicación de masa puedan intercambiar sus experiencias, relatar los resultados de sus investigaciones y, naturalmente, confrontar las tendencias regionales con las predominantes en otros continentes, sobre todo en los países en que la investigación académica ha acompañado la velocidad con que los medios de comunicación se están desarrollando y participado de los procesos de modernización y democratización de las respectivas sociedades.

EL NUEVO CAPITAL DE LA CANTV DESPUES DE PRIVATIZADA



J. L. LARCIA (INFOGRAFIA)



porque tienes
derecho a saber
... para andar
por la vida

Por primera vez, cuentas con una guía completamente tuya, con la seguridad que te da el conocer tus derechos y oportunidades.



MINISTERIO
DE LA FAMILIA
Hacia el Desarrollo Social

PLAN DE PARTICIPACION SOCIO CULTURAL

Ahora lo que tienes que saber, lo tienes a la mano:

- Oportunidades de estudio.
- Alternativas de capacitación profesional y técnica.
- Deberes y derechos.
- Orientación sexual.
- Posibilidades de empleo.
- Dónde divertirse.
- Cómo defenderse frente a los abusos.
- Deportes, leyes, trámites... y todo lo que se te ocurra.

La **Guía Joven** es una edición especial del Ministerio de la Familia, que pone en tus manos el poder de la información.

Es económica, cómoda y la puedes llevar a todas partes.

Ediciones Región Metropolitana,
Central, Oriental, Occidental.

Distribuye TRANSPREN



¡A LA VENTA!
EN KIOSCOS
Y LIBRERÍAS
BDS



apuntes

Cuadernos de la Escuela de Comunicación Social de la UCV
Premio Municipal de Periodismo 1989

apuntes es la manifestación de un proyecto surgido durante la Dirección de la Escuela de Comunicación Social de la UCV del Profesor Marcelino Bisbal (1987-1990), hoy continuado por la nueva gestión y desde hace largo tiempo abonado por las maduras inquietudes de una institución con casi cincuenta años de vida.

apuntes de la Escuela de Comunicación Social de la UCV trata de contribuir a lo que siempre será la más valiosa creación de la Escuela: la formación de sus estudiantes. Colección de pequeños libros, en realidad folletos por su breve extensión, que con su presencia y contenido sólidos ayuden a cimentar las bases profesionales de esos jóvenes que han elegido la multifacética actividad de la comunicación.

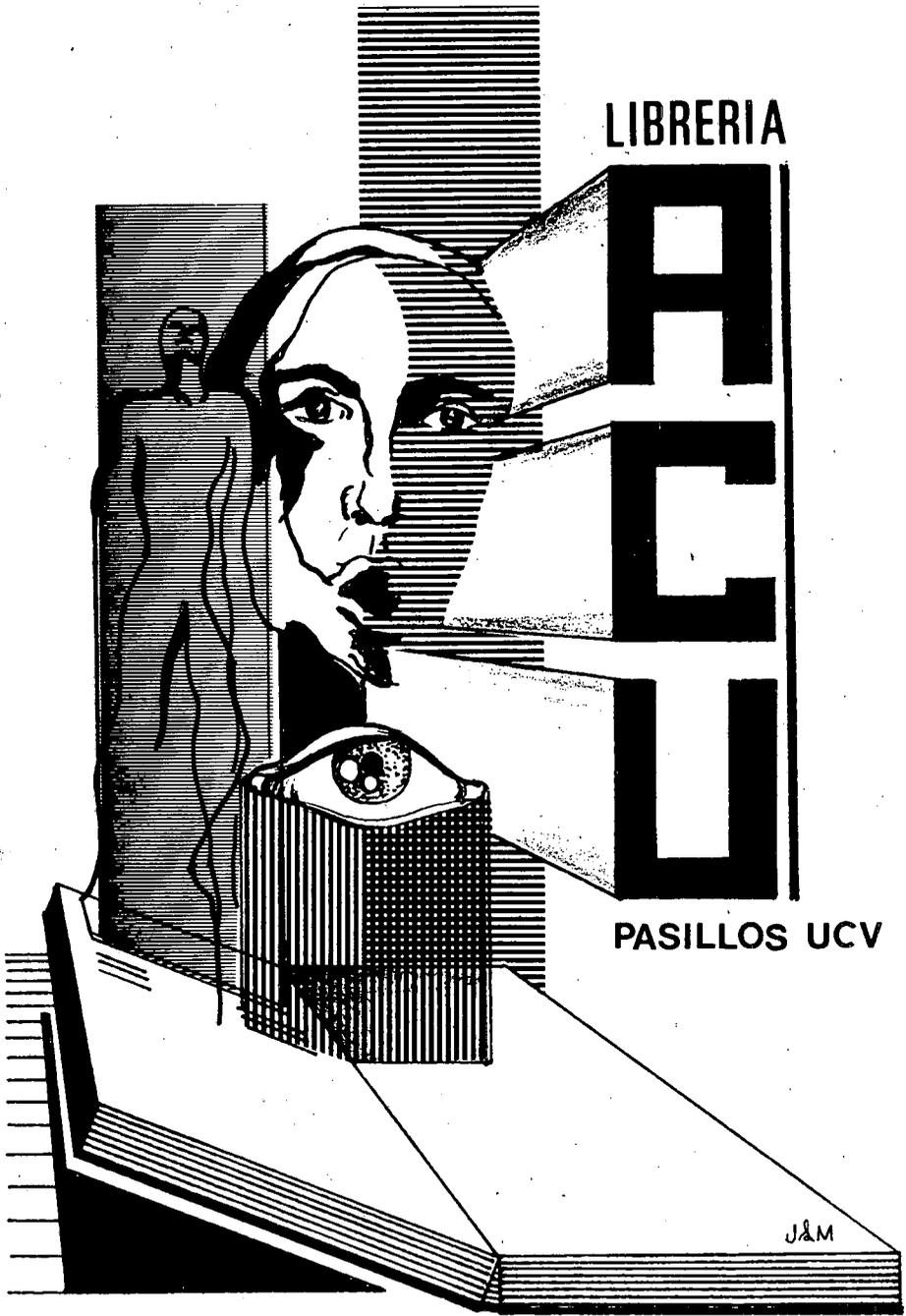
apuntes, además de contribuir con exigencias de orden didáctico, aspira a ser un estímulo a la investigación, al proyectar las realizaciones teóricas de aquellos profesores y estudiantes que con sus esfuerzos animan el centro de nuestra vida académica.

apuntes en 1989 mereció el Premio Municipal de Periodismo en la mención de Docencia.

De esta forma, **apuntes** de la Escuela de Comunicación Social de la UCV continúa con una etapa de estímulo a la creación y al intercambio intelectual dentro del marco académico. Ruptura con el modelo cuasi-medieval de la cultura (producir y guardar ¿atesorar?) que ha terminado por enrarecer la atmósfera intelectual. Lo guardado se empolva, se apolilla, envejece mal. Por eso...

apuntes trata de que el conocimiento se abra al diálogo...

LIBRERIA



PASILLOS UCV

J&M

TEXTOS Y PUBLICACIONES
DE COMUNICACION SOCIAL

RED IBEROAMERICANA DE REVISTAS DE COMUNICACION Y CULTURA

COMUNICACION AMERICA LATINA

Publicación cuatrimestral de la OCIC-AL Organización Católica Internacional del Cine y del Audiovisual - América Latina, UCLAP Unión Católica para la Radio, la Televisión y los Medios Afines. WACC-ALC Asociación Mundial para las Comunicaciones Cristianas América Latina/Caribe.

Correspondencia: Estados Unidos 2057 (1227) Buenos Aires - Argentina.

CUADERNOS DE COMUNICACION ALTERNATIVA

Publicación Bimestral del Centro de Integración de Medios de Comunicación Alternativa (CIMCA)

Correspondencia: Apartado 5828 La Paz - Bolivia.

REVISTA BOLIVIANA DE COMUNICACION

Correspondencia: Casilla 1066 La Paz - Bolivia

CADERNOS DE DIFUSÃO DE TECNOLOGIA

Publicación Cuatrimestral de Departamento de Difusão de Tecnologia (DDT) de la Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (EMBRAPA)

Correspondencia: Caixa Postal 04-0315, 07000 Brasília DF, Brasil

COMUNICARTE

Publicación semestral do Instituto de Artes e Comunicações da Pontifícia Universidade Católica de Campinas.

Correspondencia: Caixa Postal 317 - CET - Campinas - SP - Brasil

SIGNO Y PENSAMIENTO

Publicación Semestral de la Facultad de Comunicación Social de la Pontifícia Universidad Javeriana

Correspondencia: Carrera 7a. N° 40 - 62 Bogotá Colombia

INTERCOM REVISTA BRASILEIRA DE COMUNICAÇÃO

Publicación de Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares de Comunicação (INTERCOM)

Correspondencia: Caixa Postal 20793 CEP 01496 - São Paulo - Brasil.

NTC/NCT

Revista de intercambio sur/norte sobre nuevas tecnologías de comunicación IPAL

Correspondencia: La Mar 170 - Lima 18 - Perú. Apartado Postal 270031 - Lima 27

GRAPHOS

Publicación Bimestral de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Panamá.

Correspondencia: Ciudad Universitaria Octavio Méndez Pereira, Estación Universitaria, Ciudad de Panamá, Panamá.

COMUNICACION Y CULTURA

Publicación Cuatrimestral del Departamento de Educación y Comunicación, División de Ciencias Sociales y Humanidades de la Universidad Autónoma Metropolitana - Xochimilco.

Correspondencia: Calzada de Hueso 1100, Col. Villa Guadalupe (04960) México, D.F. México.

CONTRATEXTO

Publicación del Centro de Investigación en Comunicación Social, Facultad de Ciencias de la Comunicación, Universidad de Lima.

Correspondencia: Apartado 832, Lima 100, Perú

COMUNICAÇÃO E SOCIEDADE

Publicación Semestral del Instituto Metodista de Ensino Superior.

Correspondencia: Rua do Sacramento 230 - 09720 - Rudge Ramos - São Bernardo do Campo - SP Brasil.

COMUNICACION

Publicación del Centro Gumilla Comunicación.

Correspondencia: Edificio Centro Valores, Local 2, Esquina Luneta, Apartado 4838, Caracas 1010 - A. Venezuela.

COMUNICACION

Publicación Anual, Facultad de Comunicación Social de la Universidad Pontificia Bolivariana.

Correspondencia: A.A. 1178 Medellín Colombia

CADERNOS DE JORNALISMO E EDITORAÇÃO

Publicación del Departamento de Jornalismo e Editoração da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.

Correspondencia: Caixa Postal 8191, Edificio de E.C.A. São Paulo, Brasil

MEDIOS EDUCACION COMUNICACION

Un enfoque alternativo en una oferta de educación superior no formal

Correspondencia: Casilla de Correo 3277 1000 Buenos Aires - Argentina.

CANDELA

Correspondencia: Santiago de Chile 1180 cas. 301 Montevideo - Uruguay

ESTUDIOS SOBRE LAS CULTURAS CONTEMPORANEAS

Publicación Cuatrimestral del Programa Cultura / CUIS.

Correspondencia: Apartado 294, Colima 28000 México.

**Guillermo Morón al recibir oficialmente
la obra editada por la FUNDACION POLAR**

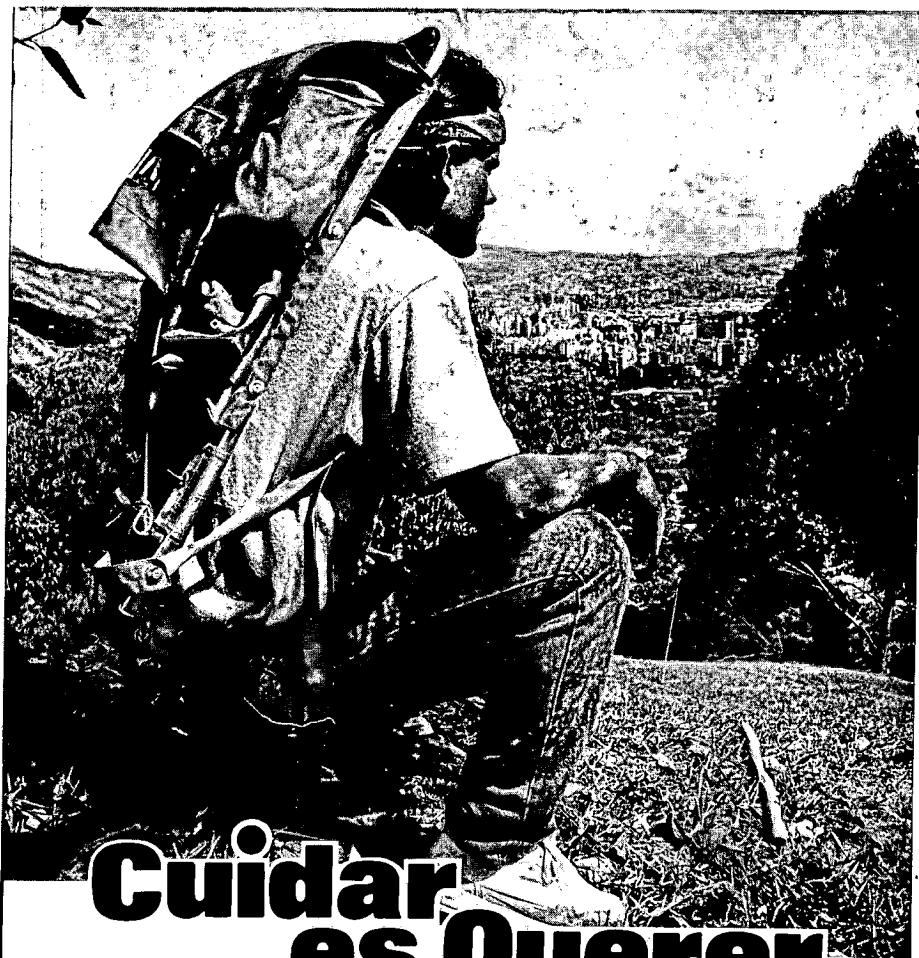
DICCIONARIO DE HISTORIA DE VENEZUELA ABRE UN NUEVO HORIZONTE FRENTE A LA INVESTIGACION

Al hacerle entrega de las cuatro colecciones del Diccionario de Historia de Venezuela, destinadas a la Biblioteca, a la Hemeroteca, al Archivo y al Departamento de Investigaciones de la Academia al doctor Guillermo Morón, la señora Mendoza destacó que: **"la Fundación Polar regresa a su casa, pues entre estos muros más que cuatricentenarios se han gestado muchos artículos y de aquí han surgido numerosas informaciones que nuestro equipo de profesionales de la Historia han sabido aprovechar"**.

"En circunstancias tan difíciles que está atravesando la Humanidad es conveniente y saludable volver por un momento la mirada para buscar en nuestra trayectoria de pueblo los signos que fortalecerán nuestra confianza en los destinos de Venezuela" y en palabras de Don Mario Briceño Iragorry, dijo la señora Mendoza, **"...jamás perecerá íntegramente un pueblo que mire hacia su pasado. Justamente perecen y caen bajo el imperio de nuevas y extrañas fuerzas los pueblos que no tienen conciencia de sí mismos"**.

Por su parte el director de la Academia Nacional de la Historia, consideró la obra como **"una compilación histórica bien dirigida, coordinada y con muchos aciertos(...)** Además el Diccionario es consultado como **"magnífico trabajo"** y que la obra en sí termina parte del proceso historiográfico del país".

La señora Mendoza indicó que **"ojalá que algún día lleguemos a estudiar vías que permitan institucionalizar esta colaboración, para el mayor progreso de la HISTORIOGRAFIA NACIONAL"**.



**Cuidar
es Querer**



PETROLEOS DE VENEZUELA

Estudios

- **La tematización de las comunicaciones en América Latina**
Carlos Catalán/Guillermo Sunkel
- **Nuevos desafíos para la Investigación de la comunicación en la década del 90**
Eida Morales/Migdalla Pineda/América Rincón
- **La investigación latinoamericana sobre medios masivos e industrias culturales**
Raul Fuentes Navarro
- **Investigación comunicacional en Venezuela. Diagnóstico y prioridades**
Mesa redonda Equipo Comunicación
- **Los desafíos de la Investigación frente a las prácticas en el universo de las comunicaciones**
Elizabeth Safar G.

Documentos

- **Queremos una Ley de Cine. Queremos una gran Radio TV de servicio público**
- **Las nuevas tecnologías obligan a redimensionar el papel del periodista**
Marta Aguilre

Bs. 100,00