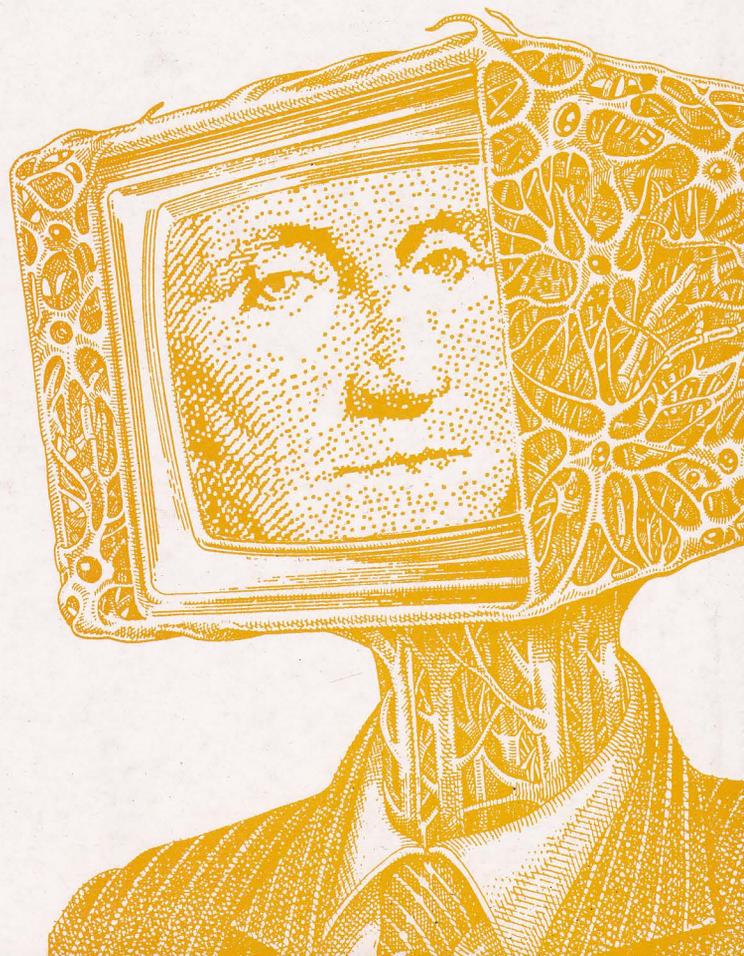


# comu nica ción

Estudios venezolanos  
de comunicación  
Nº 84

Cuarto trimestre 1993

## La invención de lo real



**MONTE AVILA EDITORES**

Latinoamericana



Por todos los autores  
Por todas las historias  
Por todas las ideas  
Por la imaginación  
Por todos los grandes  
y todos los pequeños  
Por todas esas ferias  
Por tantos temas  
Por las iniciativas  
Por todo el entusiasmo  
y la voluntad  
por todos los lectores...



... a los 25 años seguimos...

# Hechizados por los libros



**MONTE AVILA EDITORES**  
Latinoamericana

**El libro al alcance de todos**

# comunicación

Estudios venezolanos de comunicación

Perspectiva Crítica y Alternativa

Integrantes de la Red Iberoamericana  
de Revistas de Comunicación y Cultura

## SUMARIO

### PRESENTACION

#### ENTRADA

- El devenir de la industria cultural venezolana en el último quinquenio 3  
Francisco Tremonti
- La radiodifusión en Venezuela para 1993 9  
Gustavo Hernández Díaz
- Secretos y riesgos de la información económica 12  
Mariadela Linares
- Retrato cultural de una ciudad inconclusa 15  
Marianela Balbi
- Las nuevas plantas de TV en Venezuela 17  
Flor Fabiola Zerpa
- A propósito de un libro: "Familia y televisión", o un ajuste de cuentas  
frente a la desconfianza respecto a las capacidades del público 23  
Marcelino Bisbal

#### ESTUDIOS

- Las representaciones sociales y su configuración narrativa 28  
(II parte: La configuración del acontecer social)  
Jesús María Aguirre
- Periodismo: ritual y creación 41  
Aquilés Esté
- Dos estrategias retóricas en el periodismo de opinión 49  
Luis Angulo Ruiz
- Tendencias en la investigación del flujo internacional de información:  
una discusión sobre diferentes enfoques 56  
Maritza Guádrama

#### HABLEMOS

- Eliseo Verón: ¿Construir es inventar? Los medios, la comunicación,  
las políticas involuntarias 64  
Silvia Hopenhayn

#### INFORMACIONES

66

#### RESEÑA

73

#### DOCUMENTOS

77

Director

Carlos Correa

Editor / Jefe de Redacción

Marcelino Bisbal

Consejo de Redacción

Jesús María Aguirre

Francisco Tremonti

José Ignacio Rey

Marta Aguirre

Gustavo Hernández

Juan Barreto

Mauricio Hernández

Carlos Correa

Marcelino Bisbal

Asistente Consejo

Rosamelia Gil

Diseño y Diagramación

Argenis Girón

(Gráficas Chemar)

Impresión

Gráficas León S.R.L.

Número suelto: Bs. 300,00

Suscripción

(4 números al año)

Venezuela: Bs. 1.400,00

Extranjero: US\$ 30

(vía aérea)

América: US\$ 20

(vía superficie)

Europa y resto del mundo:

US\$ 40 (vía aérea)

Envíe su pago a:

Centro Gumilla

Edificio Centro Valores,

Local 2

Esquina de la Luneta,

Allagracia

Apartado 4838

Teléfonos: 564.98.03

564.75.57 y 564.58.71

Fax: (02) 561.82.05

Caracas 1010-A-Venezuela

Depósito Legal

pp 76-1331

**A**l entrar en crisis el viejo paradigma de la verdad como reflejo de la realidad en la conciencia, las sospechas sobre la capacidad del conocimiento humano sobre lo social y las cautelas en torno a los discursos que lo median se han incrementado. Hoy nadie se sorprende al encontrar en la literatura científico social e histórica títulos como "la construcción social de la realidad", o "la invención de las tradiciones", por no hablar de las últimas publicaciones sobre "los simulacros de lo real".

Cabrán discusiones en torno al grado de fabricación con materiales preexistentes o de creatividad inherente a los modelos de representación, interpretación, explicación de la realidad histórica o social, pero se asume que las diversas disciplinas científicas constituyen otras tantas maneras de seleccionar y examinar los hechos y que, de alguna manera, construyen sus objetos específicos, en que el realismo de las mediciones suplanta incluso al conjunto de lo denominado como real.

Tales objetos, llámense modelos científicos elaborados o representaciones sociales del sentido común, no dejan de ser constructos, que pueden someterse a una mayor o menor regulación en las diversas comunidades científicas o sociales con sus particulares normas de control y verificación. Este talante "constructivo", que por inversión ha generado el método de la "deconstrucción" de paradigmas y discursos, se ha exacerbado al fin de este siglo con la explosión mass-mediática y ha permeado incluso las modas postmodernistas.

No se trata meramente de la vieja discusión según la cual el discurso periodístico es más improvisado y fragmentario o menos controlado y explicativo que el histórico o sociológico. Ya se sabe que el editor periodístico corre más riesgos que los ensayistas que disponen mucho más libremente del tiempo para mirar las cosas en perspectiva y depurar los acontecimientos. Lo nuevo proviene del hecho de que la mass-

mediatización generalizada, que ha penetrado incluso el ámbito privado con las nuevas tecnologías, ha transformado el entorno sociocultural.

Hoy la mayor parte de la información que poseemos nos viene mediada con diversos grados de ficcionalización de la realidad, con la creación de un ordenamiento jerárquico de los acontecimientos y sin apenas posibilidad alguna de obtener contrastación. Ante la imposibilidad de las constataciones inmediatas, -¿acaso podemos esperar las lentas y retrasadas explicaciones de los analistas sociales para intervenir socialmente?- los problemas sobre el sentido y la verdad parecen inútiles y dejan paso al pragmatismo de suscitar efectos y adhesiones sobre la marcha de los acontecimientos.

La compra, la venta, el consumo, los cambios en la bolsa, el voto político, la movilización, etc. son otras tantas formas de comportamiento en que la celeridad decisional, basada en la información, se vuelve estratégica para desbancar al competidor social, y en el que los escenarios imaginados o pseudoreales -a falta de contrastación inmediata de todos los factores- influyen en las opciones.

El "homo sapiens" se ve, así, suplantado en la nueva videoesfera sociocultural por el "homo rethoricus", consumidor voraz de soportes informativos, imbuido de destrezas sofisticadas, estratega de los resortes persuasivos y gerenciador de imágenes para configurar imaginarios.

Refiriéndonos ya al caso venezolano ¿puede haber un acercamiento a la crisis económica del viernes negro, a los hechos del 27 de febrero de 1989 -Caracazo-, a los del 4 de febrero y 27 de noviembre de 1992 -intentos frustrados de golpe-, o a las elecciones del 5 de diciembre de 1993, sin las representaciones, formas de razonamiento, informaciones, simulaciones, prejuicios, errores, versiones, rumores y aun mentiras, mediadas por el aparato comunicacional? ¿Hay algún sociólogo, historiador o comunicólogo que esté

# PRE SEN TA CION

en condiciones de conocer inmediatamente una supuesta verdad social impoluta bajo una campana de cristal en una comunidad ya compleja como la venezolana? ¿Acaso esa misma expectativa no es tanto o más irreal e ilusoria que la realidad que se pretende rescatar?

En el ámbito periodístico ¿dónde terminan los hechos y comienzan las versiones e interpretaciones sobre ellos? ¿Cabe una diferenciación neta entre el objetivismo de la información y el subjetivismo de la opinión? o ¿por qué llamar objetiva a una selección parcial de los hechos y subjetiva a una opinión global argumentada? ¿No serán éstas otras falacias ideológicas inherentes a los medios y que estos pretenden capitalizar para sí? A estos fenómenos se suma, por otra parte, el de la estetización de la realidad, forma de seducción que envuelve con su empaque los insumos comunicativos y aún no suficientemente analizada.

Un programa investigativo en las diversas vertientes que hemos mencionado supera con creces el alcance de un sólo número de la revista. Aquí solamente nos hemos planteado el tomar conciencia de estas transformaciones e iniciar un rumbo exploratorio, que continuaremos en lo sucesivo. Los estudios de Luis Angulo, Aquiles Esté y Jesús María Aguirre responden a tales inquietudes. De más está decir que la adopción de diversas políticas de cultura y comunicación en la actual coyuntura, y la promoción de diversos insumos para crear determinadas videoesferas, tópicos asumidos en la entrada, inciden en las condiciones de constitución de los imaginarios públicos que se inventan, construyen y reproducen en la Venezuela de hoy.

Por todo ello juzgamos también importante ofrecer las alternativas culturales propuestas en los programas políticos de vencedores y vencidos, y a la vez celebrar la promulgación de la Ley de Cine, publicándola íntegramente en la sección documental.



# El devenir de la industria cultural venezolana en el último quinquenio

Francisco Tremonti

**D**e todos es sabido que el nivel de desarrollo cultural y científico de una nación proporciona los parámetros necesarios, a través de los cuales se puede medir su civilización. También se ha afirmado, a diversos niveles de la opinión pública, que los males que afectan sobre manera a nuestra sociedad política y civil, tienen su origen radical y profundo en la ausencia de valores culturales. Esto significa, en primer lugar, que necesitamos producir cambios en la administración pública y modificar nuestros patrones de producción y distribución de la riqueza, como condición básica para lograr una sociedad justa y avanzada. Esto conlleva a que cada vez más personas participen de la creación y del disfrute del patrimonio cultural de nuestra nación y de todas aquellas con las que convive.

La Conferencia Intergubernamental sobre Políticas Culturales en América Latina, celebrada en Bogotá, Colombia, 1978, apunta en su informe final algunas de las necesidades urgentes que nos afectan a nivel cultural. Tenemos que desarrollar la cultura a todo nivel, "para la satisfacción de las aspiraciones y necesidades de la población". Se establece el derecho a la cultura, no sólo cuantitativa sino cualitativamente, expresado como una "democracia cultural", que aspira a lograr la participación plena de la comunidad en el quehacer nacional. Se propone también que la profundización de la "identidad cultural" sirva de nexo entre el pasado, presente y fu-

turo de nuestros países, evitando, por otro lado, los nacionalismos a ultranza.

En nuestro VIII Plan de la Nación, titulado enfáticamente "El gran viraje", se recogen algunos de estos lineamientos, como soporte y factor para el desarrollo, sin el cual no es posible la armonía entre crecimiento económico y bienestar social. Escierto que "el gran viraje" se refiere más bien a la implementación de medidas económicas, de corte neoliberal, que supuestamente fomenten el desarrollo económico de la nación. Mucho sería de lamentar que, bajo este concepto, se tratara de manipular el hecho cultural, poniéndolo al servicio de lo económico.

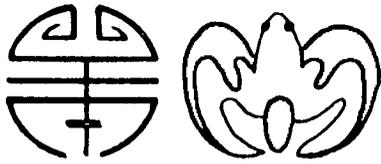
Sin embargo, el VIII Plan de la Nación insiste en que el papel del Estado se va a orientar hacia la creación de una "democracia cultural", a través de la ejecución de diversos lineamientos y estrategias. El Estado se cree en la obligación de garantizar el quehacer cultural del país o, al menos, garantizar sus condiciones mínimas de subsistencia.

Se formula en concreto: "El desarrollo armónico de los distintos procesos de creación, producción, circulación y disfrute de la diversidad cultural y artística; la participación social efectiva de la población y los sectores organizados de la sociedad civil en la definición de las decisiones culturales y en su instrumentación y evaluación; la protección, difusión y puesta en valor de los componentes materiales y no materiales de los patrimonios cultura-

les...". "...el mejoramiento cualitativo de los recursos humanos vinculados a la cultura en cualquiera de sus dimensiones o aspectos; el fortalecimiento de la gestión política en servicio para profundizar los desarrollos culturales regionales, estatales y locales..."<sup>1</sup> Se trata, como se puede ver, de lineamientos sumamente generales, que sólo pueden ser llevados a la práctica a través de políticas y programas concretos, cuya formulación e implementación se ha confiado al CONAC.

## EL CONSEJO NACIONAL DE LA CULTURA (CONAC) 1989-1993

Durante todos estos años el CONAC trata de acomodarse a los nuevos aires que circulan en materia económica. Se comprende su especificidad implícita en el sector cultural, en relación a su objeto de estudio y atención. Aparece ya la figura de un trabajador cultural de corte administrativo, comprometido con la cultura por propia sensibilidad, pero que no tenía que ser necesariamente artista. Definitivamente, la cultura se administrará en base a los nuevos criterios de la Administración Pública. Su énfasis se especifica en la descentralización y regionalización de la cultura. Se trata de lograr una mayor democratización del hacer cultural, entendido como mayor participación, no como masificación. Junto a estas metas, a nivel local, se va a procurar una adecuada "integración cultural" con América Latina y



el resto del mundo, enfocada bajo el punto de vista de un desarrollo armónico de la sociedad, lo que significa también un "entorno cultural" que favorezca y facilite la erradicación de la pobreza en nuestros pueblos.

El presupuesto del CONAC, a raíz de la llegada del entonces Ministro de la Cultura José Antonio Abreu, contempla un aumento significativo respecto a otros años. En 1990 el presupuesto del CONAC supera ya los mil cien millones de bolívares (1.102.485.400.). Si a esto se le suma un crédito otorgado al Ministro<sup>2</sup> por trescientos millones, más seiscientos setenta millones destinados a la cultura, pero repartidos por otros ministerios, como el de Relaciones Interiores, Energía y Minas, Educación, Trabajo, etc, puede sumarse un total de más de dos mil millones de bolívares (2.072.485.000.) como aporte del Estado para la Cultura ese año. Un presupuesto alto, sin duda alguna, pero que todavía no alcanza al 2% del PTB del país, recomendado por organismos internacionales como la UNESCO. Todo este dinero sería empleado, conforme a su especificación presupuestaria, no sólo en la labor de descentralización y regionalización, sino también para programas de "Servicios administrativos y de apoyo", "Obligaciones financieras", "Planificación e investigación cultural", "Formación y adiestramiento de recursos humanos", etc.

Curiosamente, las críticas no se hicieron esperar. La pregunta es: cuánto de este presupuesto histórico se dedica realmente a la cultura?. Según se ha dicho<sup>3</sup>, más del 66% se destina a sostener un grandísimo y hambriento aparato burocrático. Hay

que tener en cuenta que existen una especie de tres CONAC paralelos: uno, constituido por la burocracia central, Centro Simón Bolívar, otro que gira alrededor del Teatro Teresa Carreño, que incluye a más de quinientos asesores profesionales de distintas áreas de las artes y especialmente a diversos medios de Comunicación Social, y un tercero representado por el Consejo Consultivo.

Se ha achacado también a José A. Abreu el haber efectuado manejos irregulares en la ejecución presupuestaria del CONAC. Lentitud en el otorgamiento de subsidios, irracionalidad en la distribución de los recursos, abultamiento de partidas y gastos compulsivos en áreas no presupuestadas. Más específicamente, se recortaron 50.205.770 millones al programa 01 (Dirección y Coordinación Superior) para transferirlos a la 80, una partida flotante, no muy bien definida, que maneja en forma discrecional el propio José A. Abreu. Esto significó un recorte del propio programa 01, en sus partidas de "Personal, Materiales, Servicios y Reparaciones" de 515.875 bolívares. Otros recortes se realizaron en los programas de "Servicios Administrativos y de Apoyo", por un monto de 678.421 bolívares; "Planificación e Investigación Cultural", el más afectado, con una reducción de 26.974.855 bolívares; "Formación y Adiestramiento de Recursos Humanos", por 7.064.603 bolívares; "Promoción y Difusión de Eventos Culturales" por 13.745.014 bolívares y en el programa de "Patrimonio Cultural", cuya reducción fue de 182.534 bolívares. Nos preguntamos qué lugar ocupa en todo este embrollo la Oficina de Contraloría Interna del CONAC. Fuentes cercanas a este despacho afirman que esta oficina<sup>4</sup> no funciona como órgano auditor, sino que ha visto reducidas sus funciones a las de una unidad de conformación de pagos, lo que le deja las manos libres para poder efectuar gastos irregulares.

Se ha lamentado mucho a nivel nacional que, mientras más se defendía la tesis de la descentralización se ha propiciado el anquilosamiento de

élites artísticas, que cuanto más se justificaba una acción cultural bajo el principio de la regionalización, más se ha puesto de manifiesto el privilegio de los grupos urbanos, sobre todo, centralizados en la capital, en detrimento de los grupos de provincia. También hay que anotar, dentro de todo este panorama, la preferencia en el CONAC por la Cultura Académica, Bellas Artes y Literatura, en detrimento de la Cultura Masiva y Popular. Incluso podría llegar a afirmarse que esa percepción de lo cultural que excluye todas las manifestaciones del espíritu humano no pertenecientes a la Cultura Académica<sup>5</sup> se ha ido reforzando en los últimos años, con evidente sentido clasista, afianzada, además, en las políticas y prácticas culturales provenientes del sector oficial y del privado.

#### ALGUNAS REALIZACIONES DEL CONAC

Sin embargo, no todo se puede quedar en la crítica. A lo largo de los tres primeros años se realizaron diversos talleres de danza y teatro en todo el territorio, al mismo tiempo que se ponía en marcha el "Circuito Nacional de Artes Escénicas", con la presentación de unos 120 espectáculos en diversas entidades federales. Acompañando a estos montajes, se impartieron numerosos talleres de teatro, inclusive a nivel infantil. También se renovaron la Compañía Nacional de Teatro y el Teatro de Repertorio, que colaboraron con sus montajes y conferencias sobre teatro con el quehacer escénico nacional. Por otro lado, se mantuvieron y aumentaron los subsidios y bolsas de trabajo para jóvenes de pocos recursos.

En el campo museístico se llevaron a cabo diversas exposiciones, tanto de arte clásico como moderno en todos los museos del país, extendiendo la muestra de Armando Reverón hasta Brasil, a través del Circuito Latinoamericano de Artes Plásticas y del Circuito Latinoamericano de Museos. En el campo educacional, relacionado con esta actividad, se emprendió el Sistema Académico

de Educación Artística, en colaboración con el Ministerio de Educación, y se inauguró El Instituto de Educación Superior para las Artes Plásticas "Armando Reverón". Hay que notar que todos los museos del país, dependientes del Estado, cambiaron su personalidad jurídica, constituyéndose en Fundaciones, para poder acceder así no sólo a la subvención estatal, sino también al aporte económico de la empresa privada.

En cuanto a publicaciones se refiere, la editorial Monte Avila, dependiente del CONAC, realizó diversos convenios, tanto a nivel nacional como internacional, para el fomento del libro y la lectura, con el fin de impulsar la edición y publicación de libros a nivel nacional. Esta nueva actitud se manifestó a través de diversas Ferias del Libro, que tuvieron lugar en las principales ciudades de Venezuela, llegando, inclusive, hasta Bogotá con una Feria del Libro Venezolano. Se continuó con la publicación de "IMAGEN" y REVISTA NACIONAL DE CULTURA". El Concurso Internacional de Literatura "Rómulo Gallegos" siguió todos estos años con su edición anual, aumentándose progresivamente el monto de los premios respectivos.

No podemos dejar de citar, en esta visión a trazos gruesos de las actividades del CONAC, la organización del Sistema Nacional de Escuelas de Danza, con sus talleres especializados, lo que vino a confluir en el Festival de Jóvenes Coreógrafos, mantenido en la capital todos los años. El Teatro Teresa Carreño es un monstruo aparte. Lo que en un principio se constituyó como un teatro nacional del venezolano, como un aporte substancial del Estado para la democratización de la cultura, se ha convertido con el tiempo en un ente de alta burocracia, que mantiene una programación anual de música, ópera y danza. A pesar de que muchos de sus programas están auspiciados por la empresa privada (Fundación Mozarteum), sus espectáculos son tan caros para el público que excluyen automáticamente a la mayoría de la clase media y, por supues-

to, a las clases populares. Su programación principal, dedicada a las élites económicas, se centra en conciertos musicales, clásicos y modernos -música pop, rock, cantantes y orquestas internacionales- junto a eventos clásicos de Opera y Ballet. Algunas de sus salas periféricas se han utilizado y se siguen utilizando para la puesta en escena de diversas obras de teatro, pertenecientes a compañías nacionales, subencionadas por el Estado. El teatro comercial, como tal, se realiza en salas de propiedad privada.

Poco se puede decir de todo aquello que pertenece al ámbito de la música. Las escuelas tradicionales de música en el país fueron marginadas un tanto del presupuesto del CONAC. En el período 1990-91 La Escuela Básica Rafael Suárez tenía un presupuesto de 60.000 bolívares, la Escuela Básica de Chivacoa tenía asignados 24.000 bolívares y el Conservatorio Vicente Emilio Sojo recibía apenas 48.000 bolívares. Los núcleos regionales de la Orquesta Juvenil, de donde provenían parte de sus integrantes, ya no funcionan y se comenta que la misma orquesta, a pesar de recibir unos 90 millones de presupuesto, está en franca decadencia. También son años de inestabilidad para la misma orquesta Sinfónica Simón Bolívar. Se busca protagonismo, se invitan directores extranjeros, se ofrecen conciertos, incluso a nivel internacional, aunque no siempre las cosas salieron bien. La Sinfónica Simón Bolívar, en una gira por Europa dejó de tocar en Londres y París, simplemente porque los instrumentos no habían llegado a tiempo. Con este tipo de sucesos, además del alto costo que esto supone, se daña la imagen de Venezuela en el exterior. Sin embargo, quizás para paliar un poco la situación, se constituyó el Consejo Académico Superior de Música y se creó un Archivo Nacional.

Joaquín López Mujica, asesor durante estos años de la Subcomisión de Educación y Cultura de la Cámara Baja opina que "...una política cultural sería debería considerar al menos tres facetas; la Animación,



que la cultura como espectáculo; la Instrucción, que implica la formación y mejoramiento profesional de los recursos humanos y de la generación de relevo; y la Investigación, como camino a la creación y búsqueda de nuevas respuestas, o ampliación de las fronteras en todo caso"<sup>6</sup>. En Caracas, por ejemplo, ha predominado en los últimos años una cultura del espectáculo, de lo snob, sin darnos cuenta de que la cultura va mucho más allá. Quizás sea esto lo que quería decir Joaquín López Mujica al añadir que los esquemas de José A. Abreu se dirigen hacia la animación, hacia el espectáculo, con lo que se trastoca el proceso y la revalorización de la formación cultural popular.

## 1992: QUINIENTOS AÑOS DEL DESCUBRIMIENTO

Este año fue un año especial en muchos conceptos. No solamente significó un logro singular, desde el punto de vista geográfico, político, económico y religioso, sino que se constituyó, además, el zenith de la cultura en ambos continentes. Dentro del espacio cultural venezolano es encomiable la destacada labor formativa del CLACDEC, sobre todo, en lo que se refiere a la Preservación y revalorización del Patrimonio e Identidad Cultural, así como los cursos impartidos sobre "animación socio cultural" y "planificación de proyectos culturales".

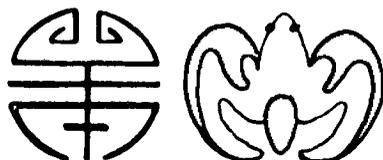
Otra de las notas destacadas es la puesta en marcha de diversos programas y proyectos, como el de Desarrollo Cultural Rural, Taller de Formación en Artes Visuales "Carlos Cruz Diez", Taller Héctor Poleo en el interior del país, 106 talleres a docentes que trabajan con niños a

nivel nacional, haciendo énfasis en las áreas de lectura, pintura y creatividad infantil. El I Encuentro Binacional de Cultura Wayuú reunió en el Estado Zulia a los miembros de su etnia, que habita a ambos lados de la frontera Colombo-Venezolana.

La presencia cultural venezolana se hizo sentir con más fuerza este año en el exterior. No sería necesario recordar el esfuerzo que significó el Pabellón Venezolano en la Exhibición Internacional de Sevilla, España, (Abril-Octubre 92) donde se conjugaron una muestra de nuestra pintura, escultura, música, danza y folklore, junto a la artesanía y cultura indígena venezolana. Fue muy comentado el video sobre Venezuela que se mostró, producido por la Sra. Alba Fernández de R., en el que se hacía participar al público de nuestra riqueza turística, paisaje, tierras distintas, la gente que hizo lo que tenemos, su arte y su cultura. Al mismo tiempo, se exhibió en Madrid, Museo del Prado, una de las obras de Armando Reverón. En diversas fechas de este año, El Salón Conac del Encuentro Americano se constituyó en museo itinerante, visitando Buenos Aires y Estocolmo. El Salón Conac Arte y Ciudad hizo lo mismo, mostrándose en Bogotá y Washington.

Incluyéndolo también, dentro del marco de expansión hacia el exterior, del 15 al 22 de Noviembre 92, Caracas se convirtió en la capital Hispanoamericana del libro, al celebrarse la "Feria de Caracas: Encuentro Internacional del Libro", organizada en los espacios abiertos del Teatro Teresa Carreño. Editores de Venezuela, Cuba, República Dominicana, Estados Unidos, Argentina, Chile, España, Francia, China, Italia, México, Costa Rica, Colombia, y otros, se dieron cita para mostrar lo más reciente de su producción editorial, con la evidente intención de estrechar sus relaciones culturales y comerciales con el país.

También se continuó durante este año con los programas iniciados anteriormente. Se crearon 20 compañías regionales de teatro en diversos estados, se creó la Asociación Na-



cional de Actores de Venezuela, la Academia Nacional de Canto Gregoriano, con sede en el Museo Sonoro de Caracas. Se estableció la Escuela Nacional de Cine y Televisión, así como la Escuela Nacional de Fotografía y Video. Se organizó el Sistema Nacional de Museos, con el fin de colocar un museo en cada pueblo de Venezuela, y por supuesto, el Concurso Internacional de Guitarra "Alirio Díaz" y el Premio Internacional de Literatura "Rómulo Gallegos" tuvieron una nueva edición especial, en un año especial.

Es lógico que a estos nuevos programas, inclusive a algunos emprendidos anteriormente, se les otorgara una buena proporción del presupuesto. Sin embargo, muchos de estos programas, supuestamente con un objetivo instruccional y de carácter nacional, han resultado ser institutos fantasmas, o programas que nunca arrancaron adecuadamente, por lo que han quedado limitados en su alcance. Pareciera también, que lo popular quedó relegado, marginado de la actividad prioritaria del CONAC, perdiendo así una de las posibilidades de conocer lo que nos es propio.

Uno de los conflictos que hizo crisis en 1992 fue el movimiento de opinión y la presión ejercida sobre el Ejecutivo para que se creara un Ministerio de la Cultura. Si nos remontamos un poco más atrás, la COPRE venía desde hace años insistiendo en que había que simplificar el funcionamiento del Gabinete, simplemente podando algunas de sus ramificaciones. El entonces Presidente de la República, Carlos Andrés Pérez, suprimió en consecuencia todos los Ministerios sin cartera, supuestamente con la anuencia de los interesados. Uno de estos Ministerios fue el del Ministro José A. Abreu, quien permaneció como Presidente del CONAC, sin más títulos.

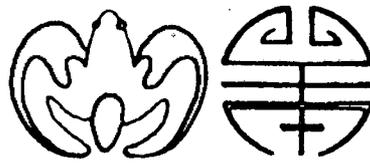
Sin embargo, no faltaron voces que se hicieron oír o leer a través de los medios de comunicación, ofreciendo su opinión en uno u otro sentido. Simón Alberto Consalvi, hombre respetado por demás, opina que "...En las últimas décadas la Cultura ha adquirido una jerarquía y un desarrollo innegables. Dar pasos atrás sería simplemente inconcebible. Como un sistema autónomo, El Consejo Nacional de la Cultura no puede quedar como un satélite girando en el espacio, y menos todavía buscando acomodados circunstancias, hoy aquí, mañana allá. Por consiguiente, parece llegado el tiempo de asumir la cuestión con entera responsabilidad, porque lo que está en juego es algo sustancial..."<sup>7</sup> Es observable que Simón A. Consalvi considera la creación de un Ministerio de la Cultura como lo más inteligente, adecuado y justo.

Por su parte, Tulio Hernández, actual Presidente de FUNDARTE, presenta también sus argumentos a favor, los cuales en cierto modo no dejan de ser ciertos y tienen sentido. En toda la historia de Venezuela no ha existido nunca un Ministerio que se encargue exclusivamente del quehacer cultural. Tradicionalmente se ha considerado a la Cultura como una actividad secundaria dentro del concepto de desarrollo del país. Es ahora cuando a ocupado una mayor relevancia y mayor conciencia como una de las actividades esenciales del desarrollo venezolano. Sin embargo, "...algunas de las atribuciones del Consejo Nacional de la Cultura se encuentran dispersas en otros Ministerios: la conservación del Patrimonio Histórico, en Relaciones Interiores; la producción y divulgación cinematográfica, en Fomento; la propiedad intelectual y los derechos de autor, en Justicia; la formación artística y la atención a las culturas indígenas, en Educación; la televisión y la radio, en Transporte y Comunicaciones y en la Presidencia de la República; las orquestas sinfónicas juveniles, en el presupuesto del Ministerio de la Familia; y la casi totalidad del presupuesto del Museo Contemporáneo, en el Mi-

nisterio de Hacienda...”<sup>8</sup>

Es cierto que toda dispersión influye negativamente en la definición y consecución de metas concretas, sobre todo, en una materia que se puede diluir tan fácilmente en medio de una serie de divagaciones más o menos teóricas. Necesitamos un organismo rector, capaz de diseñar y hacer cumplir líneas estratégicas, con una fuerte capacidad de decisión y competencia legal. Sin embargo, la duda no deja de rondar persistentemente en el pensamiento de muchas de las personas conocedoras del tema. Si el CONAC, siendo simplemente CONAC, no ha sabido formular una verdadera política cultural nacional, que represente la política del Estado Venezolano en materia de cultura, si ha sufrido de tanta dispersión en sus programas, no siempre cónsona con sus funciones, si no ha cumplido enteramente con las metas propuestas en años anteriores en un porcentaje bastante elevado, ¿podrá funcionar mejor constituyéndose en Ministerio de la Cultura?

Se aduce a favor que la gerencia en materia cultural es distinta ahora, mejor preparada, más calificada para entender su misión nacional. Un Ministerio significaría la posibilidad de mantener una proporción adecuada del presupuesto nacional, la facilidad de poder gerenciar la cultura al más alto nivel político nacional. Por otro lado se quiere señalar en dónde se fraguó la idea de un Ministerio para la Cultura. Quienes lo señalaron no fueron los bailarines, coreógrafos, pintores, artistas, actores, aunque los cineastas sacaron en la prensa una declaración<sup>9</sup> de compromiso, aduciendo mayormente la importancia que ha adquirido modernamente el quehacer cultural y su significado a nivel político nacional. Parece ser que fue la misma camarilla de José A. Abreu la gestora y promotora principal de la idea, que finalmente quedó sólo en eso, en ideas y buenas intenciones. Para muchas personas la creación de un Ministerio de la Cultura significaría, además, la caída en el tremendo hueco de burocracia y corrupción que significa el devenir cotidiano de los



últimos gobiernos democráticos. ¿Quién tendrá la razón?

A finales de año se celebró en Caracas el V Encuentro de Ministros de la Cultura de Latinoamérica y el Caribe. Los dirigentes latinoamericanos se reunieron para participar en el diseño y puesta en práctica de una política expansiva y creciente, dentro del ámbito cultural, programas y proyectos que se avoquen a resolver los problemas del sector, tales como la gerencia, la legislación, el financiamiento, el patrimonio, el libro, el cine y la televisión, entre otros. La participación del sector privado estuvo también presente en las deliberaciones, ya que resulta difícil mantener todas las manifestaciones culturales del país con aportes del Estado. Esto último estaría de acuerdo con la política de privatización que adelantan muchos de los Gobiernos del área. En medio de la crisis de desarrollo en que nos encontramos es necesario que se revisen las políticas culturales y sus objetivos, estrategias, gerencia y presupuestos, como medio de acomodación a la también crisis social que vivimos y de la que somos protagonistas.

## FIN DEL QUINQUENIO

Durante este año 93 se ha mantenido y aumentado el fenómeno de la inversión privada en el ámbito cultural. En algunos casos se trata del gesto de algunos empresarios, gusto personal en el arte, no exento de un intento por justificar de alguna forma sus respectivas fortunas, adquiridas de una u otra manera. En la mayoría de los casos, se intenta proyectar, con la actividad cultural, una imagen empresarial positiva hacia la sociedad. Un ejemplo clásico son las Fundaciones Culturales y de Ayuda en general, emprendidas por algunos Bancos.

Además de las campañas publi-

citarias, se invierten cientos de millones en diversos tipos de Fundaciones benéficas, con el fin de balancear la imagen usurera que mantienen en la opinión pública. Para otro tipo de empresas, que no tienen demasiado efectivo para campañas publicitarias costosas, la inversión cultural significa una fracción de lo que tendrían que gastar en publicidad para conseguir el mismo efecto de opinión. En otras palabras, se quiere conseguir una nueva imagen de respetabilidad social. Se da también el fenómeno que la mayoría de estas Fundaciones se dedica a promover el llamado Arte Académico, con algunas excepciones, como la Fundación Bigott, que promueve más la tradición cultural popular. Son más de 40 en el país las Fundaciones que se dedican a esta tarea, haciéndonos ver que parte de su prosperidad y de sus ganancias se emplean para el bien común, entendido, por supuesto, a su manera.

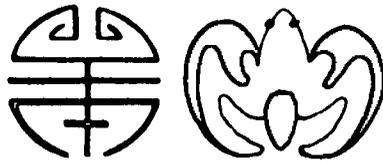
Dentro del espectro estatal, FUNDARTE asignó este año unos veinte millones de bolívares en créditos culturales a diversas agrupaciones del Municipio Libertador, de la ciudad capital. Dichos créditos tendrán la forma de “ayudas” para llevar a cabo programas en seis áreas prioritarias: Comunicación, Comunidad, Convenios, Teatro, Danza, Música y Artes Plásticas.<sup>10</sup> Con estos aportes se hará énfasis en la eliminación de la figura del subsidio, para crear una figura real de crédito cultural, que se caracterizará por una relación de contraprestaciones entre FUNDARTE y los diversos grupos.

Por otro lado, se ha profundizado, en algún sentido, el tan anunciado Programa de Descentralización del CONAC. La ciudad de Mérida recibió unos 90 millones para sus programas culturales, sobre todo, de infraestructura, junto a cada vez mayor aporte del propio Gobierno del Estado para dicho fin. El Museo de Arte “Jesús Soto”, de Ciudad Bolívar, recibió una ayuda de 20 millones, crédito que servirá para organizar la gran muestra de las obras del artista, catálogo, fotografías, muestra que se enriquecerá con obras traí-

das de París, Estado Mérida y nuevas obras del autor. Allí mismo se realizará un Taller de Artes Experimentales, que contará con un programa de encuentro con creadores internacionales.

En el mes de mayo pasado, el diario Economía Hoy<sup>11</sup> publicó un artículo en el que se desglosaba de manera parcial el estado administrativo de los diversos museos del país. Es indudable que los testigos pasivos del devenir nacional, es decir, los ciudadanos ordinarios, tienen también derecho a saber cómo se emplea el dinero de todos. Su metodología fue bastante simple. Tomando como base los datos presupuestarios aparecidos en la Gazeta Oficial, realiza un levantamiento contable del resultado de ingresos y gastos, nómina y partidas presupuestarias correspondientes, incluyendo un estudio de las cuentas de capital, inversiones, infraestructura, fondos de reserva, etc. El resultado, por ejemplo, fue negativo para el Museo de Artes Visuales Alejandro Otero (MAVAO), así como positivo para otras instituciones, como el Museo de Bellas Artes. Todos ellos, empero, incurren en asignaciones presupuestarias y datos un tanto dudosos, por lo que fue bueno sacarlos a la luz pública.

Por supuesto, todos los museos dejaron oír su voz, criticando y aclarando algunos puntos. Aducen que el artículo está sustentado sobre datos incompletos, por lo que los resultados de ellos derivados son incorrectos. Normalmente, todas estas instituciones entregan a la OCEPRE una especie de esbozo de presupuesto, presupuesto que sería ajustado posteriormente a nivel interno. La OCEPRE se encarga de canalizar estos presupuestos hasta el Consejo de Ministros para su aprobación. Es curioso hacer notar que la misma Gazeta Oficial contiene errores en las cifras que ofrece, como por ejemplo nóminas de personal, etc, errores que ninguna institución se había molestado en corregir hasta ahora. Sería lógico preguntarnos hasta qué punto estos presupuestos son fidedignos y sobre qué bases se aprue-



ban. Nadie duda, por otro lado, de los grandes logros obtenidos por una gerencia cultural moderna, así como del esfuerzo, del que hemos sido en parte testigos, de presentar al público lo mejor de sus colecciones de arte y cultura, con todos los eventos organizados a su alrededor que esto último conlleva. Sin embargo, la transparencia no está reñida con la efectividad y el buen hacer.

No podemos dejar de mencionar aquí la aprobación por el Congreso de la República, el pasado mes de Agosto, de la Ley de la Cinematografía Nacional y la Reforma Parcial de la Ley de Derecho de Autor, cuya redacción original data de 1962. Estas dos leyes, junto a otras de referencia cultural, permanecieron engavetadas en el Congreso durante varios años. Este éxito se debe en parte a la creación en el Congreso, durante este último quinquenio, de la Comisión Permanente de Cultura, separada esta vez de la Comisión de Educación en la que siempre había permanecido incluida. Es indudable que el desarrollo integral del sector cultural nacional no será posible mientras no tenga un marco legal definido que lo respalde.

Dado el cambio sociopolítico y cultural por el que atraviesa el país en los últimos años, era urgente y necesaria la actualización de las leyes correspondientes, ya que la legislación cultural venezolana data de los años 40 y 60. Sin embargo, todavía quedan por aprobar dos leyes en esta materia: la Ley de Reforma Parcial de Protección y Conservación de Antigüedades y Obras Artísticas e Históricas de la Nación y la Ley de Protección y Fomento al Desarrollo Artesanal.

Como un pequeño resumen de esta visión aérea del devenir cultural venezolano tenemos que decir que, en la situación actual, el desarrollo del hacer cultural venezolano se ha

caracterizado predominantemente por un crecimiento de lo que podríamos llamar "cultura de élites", con un abandono realmente impresionante de la cultura masiva en manos de la anticultura mercantil, sobre todo, la televisión, en donde los canales públicos estatales se destacan por su inoperatividad, reduciendo así el cada vez más unidimensional ocio de los sectores mayoritarios de la población.

Sería necesario pensar un poco más, ciertamente con responsabilidad, sobre el papel que debe jugar el Estado en el desarrollo cultural del venezolano. El Estado no puede ni debe renunciar a su función culturizadora, especialmente en países de bajo nivel educativo, lo que conlleva un sentido democrático de cultura para todos y la obligación de atender a las diversas gamas de necesidades culturales de los ciudadanos. Parece ser que ha privado más la cultura como Arte Académico y Espectáculo. Contradictoriamente, son pocos los beneficiarios de todo esto, ya que, por ejemplo, los teatros son caros y el público disminuye cada vez más, el precio de los libros escapa al presupuesto del ciudadano ordinario, los cines de barrio son una nostalgia, la radio y la televisión estatales permanecen en un deterioro crónico. Son muy pocos los espacios culturales que quedan para la mayoría de la gente, inclusive, para poder pasear un domingo con la familia, por lo que sólo nos queda tratar de ver televisión, como una manera más de emplear nuestro tiempo de ocio, también comercializado. Es una lástima.

## NOTAS

1. VIII Plan de la Nación, p. 114
2. Estudio "VIERNES", 1991.
3. Ibid.
4. Ibid.
5. Ibid.
6. Ibid.
7. Papel Literario: El Nacional, 20 de Septiembre, 1992
8. Ibid.
9. El Diario de Caracas, 27 de Julio, 1992
10. El Nacional, 10 de Julio, 1993
11. Economía Hoy: "¿Y cuánto cuesta un Museo?", 27 de Mayo, 1993. También ver "Cuentas Claras", 4 de Junio, 1993.

Un estudio de esta naturaleza requiere de una línea de investigación permanente sobre las tendencias y el estado actual de los sistemas masivos de comunicación, de las Industrias Culturales y de las Telecomunicaciones.

Sin embargo, a lo largo de las tres últimas décadas, apenas se han llevado a cabo en el país cinco estudios que han centrado su atención en el diagnóstico integral de la estructura de las comunicaciones en el ámbito nacional.

Así pues, el proyecto **RATELVE (1976), El Estado y los Medios de Comunicación en Venezuela** de Oswaldo Capriles (1976), **Comunicación y Cultura de Masas (1972)** y **La Comunicación Cercenada (1990)** ambas de Antonio Pasquali, y **Estructura Económica de los Medios en Venezuela** de Giménez y Hernández (1988) son estudios que establecen un soporte teórico-metodológico para el desarrollo de una línea de investigación permanente sobre conceptos relativos al régimen de tenencia y uso, concentración, desregulación y privatización de las comunicaciones en Venezuela.

Con este escaso respaldo bibliográfico, es obvio que carecemos de datos relevantes que nos permitan interpretar la relación actual entre economía y comunicaciones y las implicaciones de esta relación en el sector público y privado de las comunicaciones.

Atendiendo a esta realidad el Instituto de Investigaciones de la Comunicación (ININCO-UCV) viene desarrollando desde 1990, un proyecto de base de datos permanente que de cuenta de la estructura económica, legal y técnica de los medios masivos en general.

Cabe destacar que los datos técnicos y legales que hemos acopiado y procesado para los efectos del proyecto en cuestión, fueron suministrados por el Ministerio, de Transporte y Comunicaciones y en la Fa-

## La radiodifusión en Venezuela para 1993

Gustavo Hernández Díaz

cultad de Derecho de la Universidad Central de Venezuela.

Sin embargo, la Oficina Central de Estadística e Informática, la Oficina Central de Información y el Registro Mercantil carecen de un acopio actualizado de datos en lo atinente a la situación económica de las telecomunicaciones en el país. En tal sentido, es imposible llevar a cabo un análisis riguroso de estas informaciones en virtud de que acusan graves omisiones e incoherencias.

Estas limitaciones nos llevan a temer que la investigación, en comunicaciones en Venezuela corra el peligro de naufragar en el ámbito de lo meramente especulativo, en vista de que los organismos antes señalados —y que se les suele denominar como fuentes primarias de información— no disponen de un registro actualizado en materia de comunicaciones.

Tomando en cuenta estas limitaciones, a continuación presentaremos los resultados y conclusiones más sobresalientes del diagnóstico de la radiodifusión en Venezuela durante el primer semestre de 1993. Diagnóstico que ha sido posible a partir de la base de datos que en materia de comunicación e información viene desarrollando el ININCO, desde hace tres años.

### DISTRIBUCION DEL ESPECTRO RADIOELECTRICO: ¿A FAVOR DE QUIEN?

En Venezuela se encuentran en operación un total de 195 emisoras en amplitud modulada (AM), de las

cuales 194 pertenecen al sector privado y una al sector público, la Radio Nacional de Venezuela.

La potencia total de estas emisoras es de 5112 kW, de los cuales 4702 kW corresponden al sector privado y 410 kW son del sector público: de nuevo la Radio Nacional.

La mayor concentración de emisoras en AM se localiza en Zulia con 25 y en el DF con 23. Mientras que el T.F.D. Amacuro cuenta con 1 emisora y el T.F. Amazonas con 2.

Con respecto a las emisoras en frecuencia modulada (FM), en la actualidad operan 84 en transmisión regular, de las cuales 83 son del sector privado y 1 pertenece al sector público, la Radio Nacional.

La potencia efectivamente irradiada de las emisoras en FM es de 1668 kW, de los cuales 1258 kW se concentran en el ámbito de lo privado mientras que lo público apenas cuenta con 410 kW de potencia.

En la actualidad se encuentran en reserva o en pleno proceso de preparación para salir al aire 39 emisoras privadas en FM.

Con respecto al medio televisivo, en Venezuela operan 17 estaciones de televisión, de las cuales 15 pertenecen al sector empresarial y 2 al público, Venezolana de Televisión, canal 8, que transmite simultáneamente con la frecuencia, temporalmente suspendida, de la Televisora Nacional, Canal 5.

La potencia efectivamente irradiada (PEI) de las 17 emisoras de televisión es de 8209 kW, de los cuales 5169 kW corresponden al sector privado y 1960 kW pertene-

cen al público. Es importante destacar que con la suspensión temporal de la Televisora Nacional, el sector público perdió 1080 kW de PEI.

Finalmente, existen en la actualidad 35 proyectos de canales de TV privados, de los cuales 26 son del sistema VHF y 9 se inscriben en el sistema UHF.

## DECRETOS Y RESOLUCIONES: ¿INCIDEN EN LA REALIDAD COMUNICACIONAL?

Antes de que emitamos cualquier apreciación al respecto —sea a favor o en contra— es imprescindible tomar en cuenta las siguientes evidencias empíricas:

1. El decreto 2771, que refiere al Reglamento de Operación de las estaciones de Radiodifusión Sonora, en su Artículo 8, incisos 1, 2 y 3, establece que: Ninguna persona natural o jurídica podrá poseer el control directo o indirecto de más de 10% del número de Estaciones en Amplitud Modulada y Frecuencia Modulada... Cuatro estaciones de radio en AM y FM en cada entidad federal cuando existen menos de 20 estaciones... y una estación de radiodifusión sonora en AM y FM en cada ciudad o localidad...<sup>1</sup>. Al respecto podemos constatar, por ejemplo, que el Sr. Orlando Castro, presidente de Latinoamericana de Seguros, viola flagrantemente la pluralidad antimonopólica del decreto 2771, habida cuenta de que es propietario del Sistema Super Radio, de Radio Cadena Mundial y de Rumba 950, que suman 44 emisoras en todo el país.
2. El decreto 2625, sobre el Reglamento Parcial de transmisiones de Televisión, en su Artículo 6 reza que: "Las transmisiones Clase Orientación por Adultos (OA), no incluirán: a.- mensajes contrarios a la institución familiar... f.- Rituales satánicos y de brujería, presentados como solución de los conflictos humanos... j.- Patología o perversiones sexua-



les, relaciones homosexuales... o pornografía en general".<sup>2</sup>

Asimismo el Artículo 10, del derecho en cuestión, estipula que: "Las transmisiones (OA) se pueden llevar a cabo únicamente entre la una y las tres post-meridien y entre las ocho post-meridien y las nueve ante meridien del día siguiente"<sup>3</sup>.

Al respecto cabe señalar que programas como María Laria (de Televen, canal 10), y Cristina (de Venevisión, canal 4) han transgredido descaradamente el Artículo 6 sobre la Definición y la Clasificación de las Transmisiones y el Artículo 10, inciso b, sobre los Horarios de Transmisión de los canales.

No cabe la menor duda, y para ello no hay que ser especialista en ciencias de la comunicación, que uno de los programas anteriormente citados irrespete la franja horaria (es el caso de María Laria que transmite Televen a las 12:30 pm), y que ambos dos coinciden básicamente en que pseudoinforman y desorientan a la audiencia, habida cuenta de que aprovechan los problemas patológicos inherentes a la condición humana para exhibirlos como espectáculos.

Otro ejemplo que ilustra la situación de la legislación comunicacional en nuestro país es el siguiente: El Artículo 23, del decreto 2625, expresa que: "La promoción de programas Clase OA, R o X, no podrá hacerse en el horario destinado a los niños. Si la promoción se realiza utilizando recursos visuales o auditivos que tiendan a inducir al televidente a observar dichos programas, sólo podrá hacerse después de las ocho post-meridien y once post-meridien, respectivamente según su clasificación. En cualquier otro horario, la promoción sólo podrá hacerse indicando el nombre del programa y su hora de transmisión"<sup>4</sup>.

A propósito de esto, investigaciones recientes han revelado que los canales comerciales (2, 4 y 10) violan de manera superlativa el artículo 4, debido a que en 19 horas diarias de

transmisión se difunden una hora de promoción de programas destinados a los adultos<sup>5</sup>. Promoción que exhibe las escenas más violentas en el horario infantil y juvenil, con miras a cautivar la atención precisamente de los niños y adolescentes, consumidores habituales de los bodrios televisivos.

## CONCLUSIONES PROVISIONALES Y RECOMENDACIONES

El parque técnico infraestructural básico (emisiones de radio y de televisión, repetidoras, potencia en kilowatios) del sector público y privado de la radiotelevisión en Venezuela se halla en una proporción de 99 a 1 a favor de lo privado. No está de más señalar que el poder despótico de lo privado implicará una aplastante relación de 1000 a 1 sobre lo público cuando operen, a futuro previsible, un total de 52 canales de televisión, 223 emisoras en AM y 122 en FM. Totales que provienen de la sumatoria de las 29 emisoras en AM, de las 39 en FM y de los 35 canales de televisión adicionales que el Ministerio de Transporte y Comunicaciones ha reservado para el sector privado<sup>6</sup>.

Como correlato de esta situación, los sistemas radioeléctricos en Venezuela develan los siguientes rasgos:

1. Concentración en manos de la empresa privada de más del 90% de la infraestructura de los sistemas mass-mediáticos. De lo cual se infiere que en los últimos tres años campea un explícito reforzamiento de las oligarquías de la información y de la comunicación al incrementarse el número de emisoras en AM, FM y las televisoras del país. Sólo por citar un ejemplo, en 1991 operaban un total de 186 emisoras en AM de las cuales 185 comprendían el sector privado y 1 pertenecía al sector público, la Radio Nacional. Actualmente están funcionando 195 emisoras en AM de las cuales 194 son de corporaciones privadas y una compete al sector público. Esto significa que de 1991 a 1993 se aprecia un



- incremento de 9 emisoras en AM a favor de lo privado.
2. Tendencia marcada hacia la hiper-consolidación del régimen de tenencia a consecuencia del imperio de lo privado sobre lo público, expresada en una proporción de 99 a 1.
  3. Pérdida de los espacios públicos en el sector de las comunicaciones. Nos referimos al caso del cierre temporal de la Televisora Nacional de Venezuela, canal 5.
  4. Restricción de los espacios públicos de comunicación. El país cuenta con una Radio Nacional de Venezuela de cobertura limitada y con dos canales estatales, Venezolana de Televisión Canal 8 y el temporalmente suspendido Canal 5, que padecen, desde siempre, las improvisaciones del gobierno de turno.
  5. Escasa producción, endógena de programas de televisión. En 1991 las televisoras del país difundieron un 58% de programación extranjera y un 41% de programación nacional. Ese 41% que pudiera parecer significativo está conformado por el género informativo y telenovelas<sup>7</sup>.
  6. Incentivación al consumismo compulsivo. En 19 horas diarias de transmisión los canales comerciales (2, 4 y 10) tienden a interrumpir 300 veces la franja de programación para difundir publicidad<sup>8</sup>.
  7. Los programas educativos y documentales son los eternos marginados de nuestra programación. La emisión de ambos géneros apenas alcanzan el 7% de la programación nacional, mientras que los argumentales extranjeros se elevan por el orden del 52%, seguido por el género espectáculo con un 15%<sup>9</sup>.
  8. Desregulación de los medios masivos de comunicación. El libre comercio en el sector de las comunicaciones está anulando la injerencia del Estado en la actividad comunicacional. Injerencia que, de por sí, siempre ha sido débil y que en parte se debe a que

el Estado no cuenta con una Ley de Telecomunicaciones moderna que permita: "administrar, asignar, conceder, supervisar... el uso de todas las frecuencias radioeléctricas utilizables para servicios de Radio y Televisión en circuito abierto o cerrado, conforme a los intereses prioritarios de la nación, y de sus servicios públicos, del pluralismo democrático y de la libertad de comunicación reconocida a todos por igual"<sup>10</sup>. Así pues, los decretos y resoluciones que se promulgan serán palabra muerta para los anunciantes y propietarios de los medios masivos audiovisuales en tanto no se reactualice la Ley de Telecomunicaciones. Para muestra un botón: el pluralismo anti-monopólico del decreto 2771 —que se expresa en el Capítulo III, del Régimen para el Establecimiento y Explotación del Servicio de Radiodifusión Sonora—, ha sido transgredido por el sector empresarial. E igualmente este sector viola incensantemente el decreto 2625 que establece una regulación en la franja programática de televisión.

Este repertorio de evidencias que se desprenden del análisis de la radiodifusión en Venezuela en el primer semestre de 1993 nos lleva a establecer una definitiva y tajante conclusión: La racionalidad privada se impone a la racionalidad pública. Es decir, el afán de lucro impera en la esfera donde residen los intereses de los anunciantes y propietarios de tendencia oligopólica que acaparan el 70% de la inversión publicitaria de la TV nacional. Inversión que en metálico alcanzó el techo de los 50 mil millones de bolívares con un incremento del 20% anual<sup>11</sup>.

Ante tamaña situación, creemos que es importante y urgente crear un mejor equilibrio entre lo público y lo privado, de manera que se llegue a un razonable régimen "mixto-auténtico".

Este razonable punto de equilibrio no se logrará sin una reformada

y actualizada Ley de Telecomunicaciones. Pensamos también—dicho sea de paso— que en manera alguna puede confundirse una radiotelevisión de servicio público con una radiotelevisión gerenciada y controlada por el partido gubernamental de turno. En este sentido, propiciamos una radiotelevisión de servicio público **desgubernamentalizada**. A tal efecto, si se elimina la intromisión de los partidos de gobierno en dichos servicios se habrá dado un gran paso para la autonomía de lo público. Esta autonomía precisamente tendría que ser garantizada por la vigilancia objetiva y permanente del Poder Legislativo, a quien le compete lícitamente dicha función, y como en efecto ocurre en las sociedades modernas.

Insistimos tanto en la creación o reforzamiento de los servicios públicos porque la experiencia de 30 años demuestra que los empresarios privados, motivados por el afán de lucro y no por el bien colectivo, no van a dignificar la programación de sus medios.

En consecuencia, los espacios públicos de radiodifusión, **desgubernamentalizados**, son los que pueden ofrecer una alternativa de programación que respete la condición humana y que sea expresión superlativa de los valores nacionales y universales.

## NOTAS BIBLIOGRAFICAS

1. Ver la Gaceta Oficial del 10 de febrero de 1993.
2. Ver la Gaceta Oficial del 5 de noviembre de 1992
3. Véase nota bibliográfica 2
4. Véase nota bibliográfica 2
5. Investigación realizada en el ININCO sobre la programación de los canales 2, 4, 5, 8 y 10 para el año 1991.
6. Investigación realizada en el ININCO sobre las tendencias de la Radiodifusión en Venezuela en Venezuela. Por publicar.
7. Véase tesis de grado sobre la Oferta de la televisión venezolana, abril (1992), Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela.
8. Véase nota bibliográfica 5.
9. Véase nota bibliográfica 7.
10. Véase nota Televisión: "Debate en el Congreso. Propuesta al país", en periódico El Nacional, del 16 de abril de 1993.
11. Véase "Los anuncios se disparan", de Antonio Pasquali, en Domingo Hoy del 11 de abril de 1993.

**S**e nos invitó a participar en este encuentro con motivo del primer cincuentenario de "El Nacional", en un foro sobre los secretos y riesgos de la información económica, junto a Yolanda Ojeda y Bernardo Fischer, dos veteranos de esta especialización periodística, con el objeto de que enfocase el tema desde el punto de vista institucional, es decir, desde otro ángulo del ejercicio del periodismo, el de ser fuente.

Debería empezar por decir que este último —el de ser fuente— fue el primer riesgo que abordé cuando decidí dejar de ejercer el periodismo que generalmente se tomaba aquí en Venezuela como la única y válida forma de ejercer esta profesión —el reportero, el trabajo en medios— para pasar a ejercerlo de una forma para entonces incipiente, el periodismo institucional.

Confieso que asumir ese riesgo fue una decisión difícil en mi carrera, aunque hoy en día sea fuente de inagotables satisfacciones. No faltó quien entonces me señalara que había "abandonado" el periodismo —y puse comillas en este texto porque fueron palabras textuales de un colega amigo— para buscar posiciones más cómodas en una institución privada.

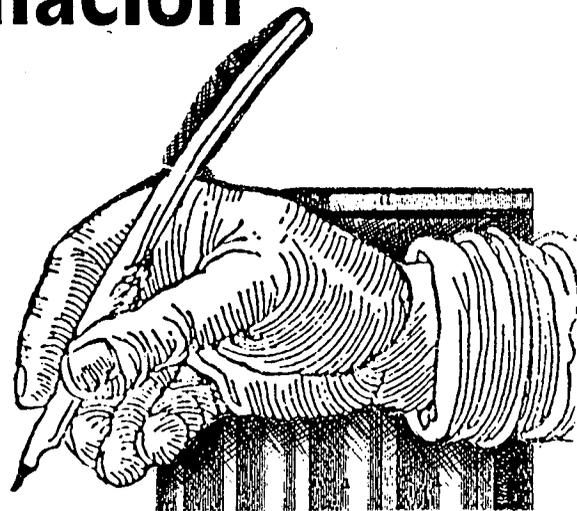
Así como hace siete años una decisión de este tipo poco se entendía en el gremio, tampoco en las organizaciones privadas se acogía con comprensión. "¿Y qué hace un periodista en un banco?", me preguntó a su vez un gerente de alto nivel de la institución para la cual hoy trabajo.

Mostrar la importancia del periodismo institucional en el mundo de la banca y las finanzas, hacerla valedera y reconocida, ha sido, más que un riesgo, un inmenso reto que hemos debido asumir quienes escogimos, casi como pioneros en estos últimos diez años, esta tan difícil y al mismo tiempo satisfactoria forma de hacer periodismo.

El primer gran trabajo, el de lograr que los colegas que cubrían la

# Secretos y riesgos de la información económica

Mariadela Linares



f fuente financiera entendieran que nuestra labor no era fácil. Aquellos, los reporteros, nos veían algo así como a periodistas de medio tiempo, de trabajo fácil quienes, para más colmo, eran asalariados de las fuentes, casi como "pagados por el enemigo". Uso comillas también en esta última frase porque para entonces mantener una buena relación en términos profesionales con la fuente era visto como una trasgresión ética, distorsión que afortunadamente se ha superado.

Para nosotros, los institucionales, lidiar con ese prejuicio y a la vez demostrar la validez y honestidad del trabajo que hacíamos, significaba un doble esfuerzo.

Afortunadamente, los tiempos han cambiado y el periodismo se ha desarrollado y evolucionado casi a la par de esos tiempos. El periodismo económico tiene notables ejemplos de especialización tanto en los medios como en las instituciones. Muchos de quienes entonces eran reporteros, hablo de pocos años atrás, han saltado la barrera y hoy se encuentran ubicados en posición de fuentes.

Como muestra tenemos aquí un valioso ejemplo. Bernardo Fischer, uno de los mejores reporteros de

economía que ha tenido El Universal, se encuentra hoy lidiando desde la Gerencia de Comunicaciones de CANTV, con el difícil pero fascinante reto de demostrarnos a los usuarios que "el cambio se está escuchando".

Otros tantos colegas de esta misma generación han dado el salto hacia el periodismo institucional y los ejemplos tienen valiosa muestra en Yadira Calderón, Alvaro Benavides, Amado Fuguet, Agustín Beroes, Mariela Colmenares, Mario Villegas, Elena Block, Ingrid Priego, y muchos otros, quienes de destacados reporteros pasaron a ocupar cargos gerenciales en distintas instituciones financieras.

¿Cuáles son los hechos que han marcado esa evolución en el periodismo económico? Muchos trabajos se han escrito al respecto.

Hace veinte años, en la Venezuela de la economía protegida, estatista, monoprodutora, de fronteras cerradas, la información que se producía era la generada casi exclusivamente por el Estado. Los polifacéticos periodistas de la fuente de entonces sabían tanto de petróleo, como de agricultura o finanzas. El hecho político dominaba el quehacer periodístico de mayor relevancia y la no-

ticia económica tenía relativo poco espacio en los medios. Era una especialización poco atractiva.

En la segunda mitad de la década de los 70 —la época de la llamada “Gran Venezuela”— y en los 80, nuestras fronteras se abrieron y la producción nacional se vio repentinamente en abierta competencia con los productos importados. Se acrecentó la competencia y la necesidad del mercadeo se abrió paso.

Medidas económico-políticas postergadas y finalmente tomadas en el 76, junto a otras que se derivaron posteriormente a la Venezuela saudita de entonces fueron convirtiendo lentamente al hecho económico tan relevante como el político, hasta equipararlo en importancia en las páginas de los periódicos.

Las consecuencias de todos conocidas derivadas de la implantación de una convicción de que la Gran Venezuela era un hecho posible trajo efectivamente un gran desarrollo en muchas áreas de nuestra economía, pero derivó también en desaciertos cuyas consecuencias aún vivimos.

En ese marco del boom económico que vivía el país, se desarrolló y creció la información económica.

La década de los 80 vio nacer los medios especializados que se ocupan del análisis del hecho económico. Revistas como **Producto**, **Dinero**, **Publicidad y Mercadeo**, **Inversiones**, **Número**, desplazaron a las publicaciones políticas del mercado de las revistas. Más recientemente **Economía Hoy** y **Reporte** surgieron como alternativa diaria de la información económica, a lo que los periódicos tradicionales tuvieron que responder con un reforzamiento de sus áreas de economía. Ya **El Nacional** ha incorporado un quinto cuerpo a su periódico sólo para la información económica.

Esta decisión, que significa un esfuerzo periodístico de gran relevancia, es una muestra de la consolidación del periodismo económico, del crecimiento de nuestra profesión y al mismo tiempo representa un compromiso de todos por afianzar los fundamentos de análisis, de críti-

ca sana y constructiva, que permitan afianzar el desarrollo económico del país.

Pues bien, los bancos no escaparon a ese fenómeno. Instituciones tradicionalmente conservadoras tuvieron que adaptarse a los nuevos tiempos en materia de comunicaciones.

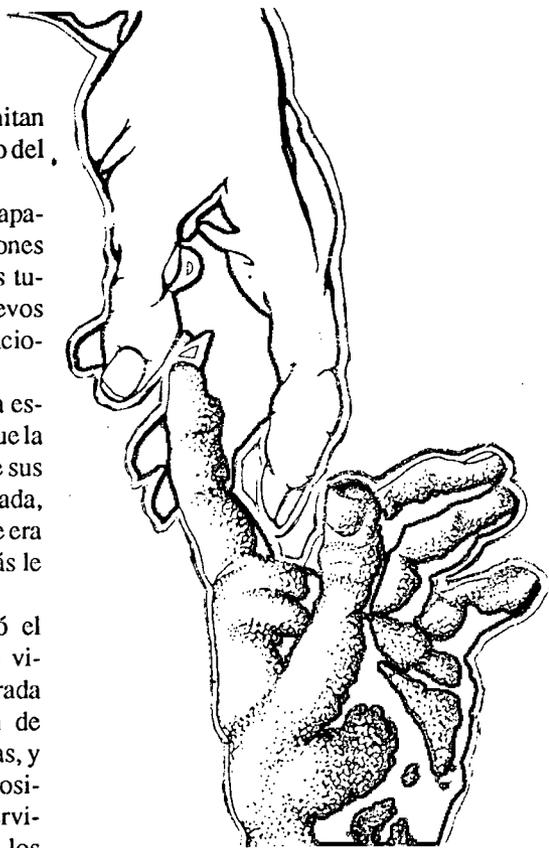
La mentalidad conservadora estaba vinculada a la creencia de que la gente prefiere que quien le cuide sus bienes sea gente discreta, reservada, porque ello le da seguridad, y ése era el aspecto de su servicio que más le gustaba vender a los bancos.

La competencia que marcó el cambio económico que estaba viviendo el país, permitió la entrada primero de una denominación de tarjeta de crédito, y luego de otras, y otras más. La tecnología hizo posible el desarrollo de múltiples servicios como la atención telefónica, los cajeros automáticos, los servicios computarizados. Los cheques dejaron de ser simples cheques para convertirse en un producto de competencia por ver cuál es el mejor cheque.

Esa competencia interbancaria llegó a todos los niveles del servicio financiero. Se crearon nuevos productos, el servicio se hizo cada vez más sofisticado y los usuarios, en virtud del fenómeno comunicacional que habíamos comenzado a vivir, se habían hecho mejores conocedores de la macro-economía.

Finalmente, la decisión tomada al final de la pasada década de liberar las tasas de interés terminó por derribar cualquier resistencia en los bancos a abrir sus puertas primero a la publicidad y luego a la información. Quien quisiera permanecer con sus esquemas conservadores simplemente iba a quedar fuera del juego de la competencia.

En nuestro caso específico, cuando incursionamos como Gerente de Información y Prensa del Banco Latino nos encontramos al comienzo del proceso de cambio. Esa Gerencia había sido concebida sólo para la comunicación interna de eventos institucionales y para la producción de lo que en ese entonces se conocía un poco despectivamente como gacetillas.



En otros bancos la situación no era muy diferente. Pocos en realidad tenían oficinas de prensa. El cambio producido en el mercado nos ayudó en esa tarea de demostrar que nuestra función era necesaria. En pocos años, la pequeña Gerencia de Prensa del Latino se convirtió en una Vicepresidencia Corporativa de Comunicaciones que produce un periódico, una revista, siete publicaciones especializadas y otras 9 de carácter específicamente financiero. Nuestros periodistas y colaboradores nos permiten desarrollar una función informativa, no sólo hacia el universo interno de los diez mil empleados de ese grupo financiero, sino hacia todos los medios de comunicación impresa y audiovisual, nacionales y regionales.

En nuestro trabajo de difundir información financiera nos sentimos pioneros y lo decimos con orgullo porque en estos últimos años hemos visto cómo aceleradamente casi todas las instituciones financieras han seguido los mismos pasos de convertir a la comunicación en un hecho necesario y han incorporado a sus gerencias a destacados periodistas del área económica. La comunicación se ha convertido en una herramienta de la alta gerencia, de compe-

tencia y de acceso a los altos niveles de decisión. Los periódicos tienen en los bancos sus más acérrimos competidores en aquello de atraer colegas.

La información financiera en los últimos años se ha convertido en la vedette del periodismo económico así como hace 10 años el hecho económico pasó a competir con el político.

La información financiera que nosotros producimos es la institucional, es la que tiene que ver con todas aquellas actividades propias de su área financiera o de promoción cultural o social que generan las organizaciones bancarias. Esa es la que encuentran los colegas de los medios en las oficinas de prensa de los bancos. Y esa es nutrida y variada. Nos complace saber que el Latino ha mantenido en los últimos años un liderazgo en cuanto a la publicación de sus informaciones en los principales medios de circulación nacional, con respecto a los otros bancos.

### ¿CUÁLES SON LOS RIESGOS, UNO DE LOS TEMAS DE ESTE FORO?

La conformación de nuevos estados de opinión pública, o como se dice ahora, el surgimiento de una nueva matriz de opinión, ha hecho que la información económica adquiere valor político, ante lo cual las empresas, los bancos, los gremios empresariales, han pasado a comprender el valor cuantitativo, el efecto nacional de su gestión económica o empresarial.

Y eso es un riesgo. ¿Cómo se afronta? Profesionalizando a nivel de la gerencia y participando al más alto nivel corporativo la actividad informativa y comunicacional que en el pasado había sido relegada a niveles no profesionales.

Pero hay otro riesgo que se deriva de este último: de parte de la gerencia tradicional de las instituciones o empresas la no comprensión de nuestra actividad profesional o, al contrario, que la falta de formación gerencial del propio profesional de la comunicación lo lleve a la

incomprensión de las decisiones gerenciales de alto nivel.

Un tercer riesgo sería el desarrollo de actividades comunicacionales que si bien llenan tiempo, espacio e ingentes recursos financieros, no llevan vinculación corporativa con los objetivos primarios de las organizaciones de las que dependen.

De otro lado, el manejo de la actividad informativa y comunicacional con criterios estrictamente contables, en términos de estados de ganancias y pérdidas, procurando resultados cuantitativos a corto plazo, cuando, por el contrario, el desarrollo de esta actividad profesional se fundamenta básicamente sobre intangibles o en el área de la opinión, como son los medios, de muy difícil cuantificación.

Por otra parte, por falta de una tradición y de planes de mediano y largo alcance, se trabaja en base sólo a lo inmediato y no sobre proyectos. Esto por lo general lo que produce es un gasto innecesario o se le suministra a la colectividad información que no está capacitada para entender.

Otro riesgo es que pudiéramos incurrir en la actual estructura de la situación económica del país es la de presumir que desde las fuentes económicas se pueda establecer control sobre los medios, en virtud del limitado número de medios en un mercado como el venezolano. Tal cosa, para fortuna de todos, no es deseable ni factible de suceder.

Esto tiene una contraparte y es que desde los medios se corre el riesgo de la no especialización de los colegas que cubren la fuente, cosa que cada vez vemos en menor cantidad afortunadamente. El riesgo, malinterpretar un logro o una decisión financiera o económica.

En cuanto a los secretos, más que secretos creemos que son exigencias que debemos imponernos y que tienen que ver con la necesidad de la formación y capacitación permanente por parte de los profesionales del periodismo.

Mientras mejor preparados estemos, mientras mejor conozcamos el lenguaje técnico que debemos transmitir a nuestro público cumpliremos

una mejor función y correremos menores riesgos.

Debemos al mismo tiempo revisar los estudios superiores de periodismo en la manera como son concebidos actualmente. Nuestra universidades siguen formando comunicadores sociales puros sin la necesaria vinculación con otras especialidades como administración, economía, gerencia, relaciones industriales. La actualización permanente que se nos ofrece a través de cursos ofrecidos por el IESA, el Cendes, las universidades nacionales, debemos verlo ya como una obligación. Otra necesidad que nos planteamos es la de la internacionalización de nuestra información económica. Muchos de nuestros trabajos ya desbordan las fronteras y debemos estar atentos a que los mismos ya no van sólo al mercado nacional. Los acuerdos de integración han internacionalizado nuestro periodismo, proceso que demanda mejores condiciones de calidad en lo que hacemos hacia afuera.

Esfuerzos en el área de la comunicación internacional han tenido ya valiosa expresión en nuestro país con la organización de variados eventos de carácter mundial que se han realizado en los últimos tiempos, como congresos y seminarios en el área del mercadeo y las comunicaciones corporativas, acuerdos de intercambio entre diarios de los países andinos y como este valioso evento que ha organizado **El Nacional** con motivo de su cincuentenario, en el cual hemos visto prestigiosos invitados que nos han alimentado con su experiencia y conocimientos, y para el que pido un caluroso aplauso.

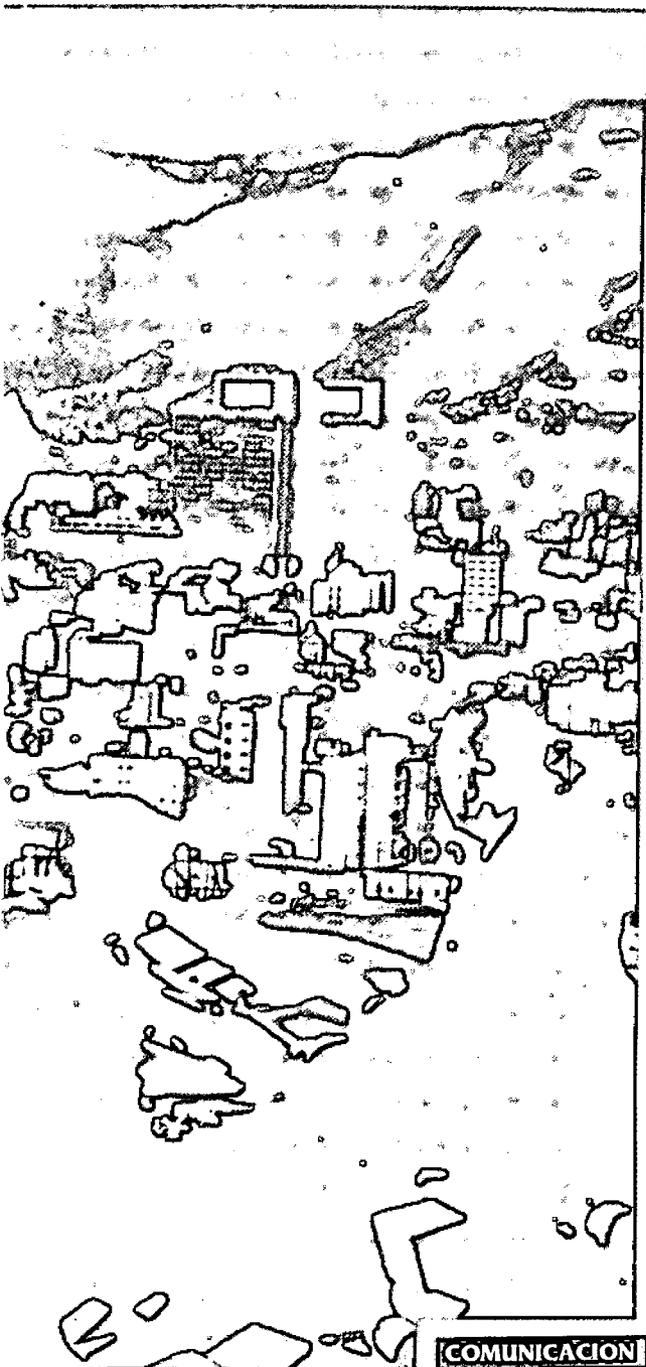
#### *Nota:*

Esta ponencia fue presentada por la licenciada Mariadela Linares, Vicepresidente de Comunicaciones y Relaciones Públicas del Banco Latino, dentro del marco del Seminario Internacional "La Hora Decisiva de los Medios de Comunicación", organizado por el Ateneo de Caracas en el mes de julio de este año.

Mariadela Linares es licenciada en Comunicación Social, egresada de la Universidad Central de Venezuela (1976). Ha sido Secretaria de Redacción, Jefe de Redacción y Directora Encargada de la Revista Bohemia (1976-1985) y Gerente de Información y Prensa del Banco Latino.

# Retrato cultural de una ciudad inconclusa

Marianela Balbi



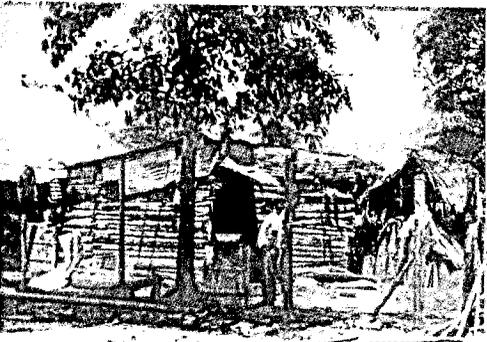
"La ciudad asusta", sentencia tajantemente ese pensador e ideólogo de lo urbano que es Jesús Martín-Barbero. No nombraba a Caracas pero la intuía por desencajada. Y aún más, por saberla disgregada, fragmentada y cruzada de fisuras irreparables. Desdibujada por un imaginario cultural que deambula sin reconocer su centro natural, innato, y que pareciera perpetuar su íntimo forcejeo por hallar su propia condición mestiza, inconclusa. Caracas, más que ninguna otra, es la rutilante estampa de una metrópoli que extravió los senderos de su territorio y se transformó en un laberinto de reflejos que emergen ensamblando un imaginario radical que bien define Armando Silva —ese otro estudioso de la simbología urbana— como la dinámica engañosa que reconstruye una visión diferente de la propia realidad que se tiene por verdadera.

Si acaso es cierto que la violenta transformación urbanística perpetrada contra su fisonomía fue una de las causantes del proceso que desvirtuó los rasgos culturales innatos de la ciudad, no es menos cierto que la imposición de una reelaborada simbología cultural, absolutamente marcada por el oficialismo y la institucionalidad ejercidos sin tregua alguna en los últimos años, ha sido otro de los factores fundamentales en la distorsión de un espacio cultural urbano que exige permanecer un tiempo más en su propia indefinición para nutrirse del enriquecedor proceso de hibridación que impone las reglas del fin de siglo.

En uno de sus rostros, Caracas exhibe un tatuaje contemporáneo. El graffitty de antigua data y nueva vocación testimonial, es sólo uno de sus intrincados dialectos. Los muros soportan así la expresividad iconoclasta de un lenguaje que vocifera la diferencia, la ambigüedad, la opacidad, con su ingrediente de perversidad y su toque de ingenua irreverencia. Y junto a él, sin demasiados linderos geográficos de por medio, traslucen intactos los códigos reconocidos de la cultura ortodoxa, perfectamente alineados en sus estrictos puntos cardinales que, en el mejor estilo neoyorkino, han comenzado a autodefinir sus propias especificidades marcando las claras delimitaciones entre los circuitos convencionales y aquellos donde palpitan los *outsiders* y los *off-off*, delimitación ésta que muy poco tiene que ver con verdaderas propuestas estéticas y que confiesa más bien la selección natural que ha de practicar la cultura en la ciudad.

En esta paradoja, en esta esquizofrénica escisión de su personalidad, transcurre la actividad cultural de la metrópolis, reconocida por dispensar una muy generosa oferta cultural fuertemente condicionada por la urgencia de una vistosa difusión que asegure la contabilización de logros por concepto de espectáculo mostrado. ¿Sobreestimación exhibicionista? ¿Simulacro de fiesta en momentos de debilidad política y en pleno padecimiento económico?

La profunda crisis económica y ética que sufre Venezuela no ha mermado la intensidad de los planes y



va esta distribución de los bienes culturales.

La ciudad deviene escenario de una simulación cultural, testigo portador de esa "belleza alienada" de la que hablan ciertos teóricos como Armando Silva, y que se produce tan comúnmente en el Tercer Mundo cuando se actúa "bajo el simulacro del primero, reemplazándolo sin propiedad de tal manera que su forma elaborada es más bien testimonio de la forma del otro, autorepresentación de una cultura".

Asistimos entonces al constante remedo de una estética que poco o nada contiene de los asombros y preguntas que produce la propia ciudad, esa que transcurre estrepitosamente por el subsuelo y que no es siquiera modelo cercano de aquello por lo que suspira, aun cuando constantemente ritualice sus equivocadas formas por necesidad de afirmarse como metrópoli de decorosa oferta cultural.

La muestra es su constante ciclo de hitos programáticos y la estratégica saturación de excesivos menús culturales que no sólo reafirman la mezquina disposición de confraternizar con las diferencias que cohabitan en la ciudad sino que reducen la cultura a ser el eterno pasaporte a la elaboración de una imagen, bien sea del Estado hacia la sociedad o del país hacia afuera.

Si bien han roto los cercos geográficos de las instituciones que detentan el poder cultural (delimitados por el conocido cuadrilátero formado por el Museo de Arte Contemporáneo Sofía Imbert, el Teatro Teresa Carreño, el Ateneo y el conjunto integrado por la Galería de Arte Nacional y el Museo de Bellas Artes), la dinámica participación de empresas privadas —a través de sus Fundaciones— en la difusión y promoción cultural, especialmente en los últimos cuatro años, ha reforzado ostensiblemente esa otra función social de la cultura: la de ser reparadora inmejorable de la imagen corporativa, esta vez no del Estado sino de instituciones financieras —principalmente— empresas públicas, organizaciones, etc.

programas culturales. No en vano el sector ha visto crecer sus dineros públicos en un 282% en los últimos cuatro años. Hoy en día la cultura maneja un presupuesto de más de seis mil millones de bolívares pero valdría la pena intentar una disección simple de ese presupuesto para validar una sospecha: el perenne divorcio que existe entre la necesidad expresiva de aquella ciudad híbrida que busca reconocerse en su propio reflejo, y los canales de difusión decretados por las políticas de Estado. Es cierto, siempre ha existido tal separación y no deja de ser ingenua esta apreciación, pero de lo que se trata es de desenmascarar el doble y una falsa intención de diversificación, descentralización y democratización de la cultura.

Si no es así, ¿se explica acaso que el 57% del presupuesto del Conac en 1993 sea asignado directamente por el presidente de esa institución, o que solamente 19 entes tutelados del Conac, todos ellos con sede en Caracas, absorban el 23% del total de la torta presupuestaria? ¿Qué argumentar sobre la intención de descentralizar y diversificar la cultura cuando las cifras confiesan que en 1992 el 78% de los subsidios otorgados por el Congreso a los grupos culturales se concentran en instituciones caraqueñas? Poco tiene de representati-

Pero tampoco la empresa privada ha resultado ser portadora de formas no convencionales de la cultura a excepción, quizás, de experiencias muy particulares como, por ejemplo, la Fundación Bigott que asumió como línea de investigación y difusión el universo de la cultura popular. En todo caso jamás se habrían esperado mayor amplitud de esta incursión privada en la cultura.

Continúa así en perenne orfandad aquella ciudad de la que hablábamos al inicio del texto, ansiosa de reconstruir su propio imaginario, deseosa de mostrar la legitimidad de su vacuidad, de continuar deambulando en constante marcaje de un territorio que violenta cualquier imposición de límites.

Probablemente, en esa espontánea incursión territorial, esta forma de cultura urbana se hermane a inimaginables expresiones populares que aún pululan en ciertas comunidades de profundas raíces nacionales y que resucitan en cada celebración social y religiosa sobreviviendo fielmente en barrios caraqueños. Es el caso de los velorios de Cruz de Mayo, de las parrandas decembrinas, de las celebraciones de festividades donde reina el tambor, el cuatro y la bandola aún alegran la esquina, donde se escucha el llamado de San Juan, el repiqueteo de los cueros del Barlovento llegados intactos a la ciudad, el ancestral canto de trabajo. Marín, El Carpintero, El Valle, resultan ya nombres familiares en el itinerario de la otra ciudad, la oculta, la ajena, la que emerge instintivamente, la que quiebra la aberrante homogenización que ha logrado imponer el régimen oficialista en estos tiempos de opulencia cultural.

Dos experiencias aisladas, creadas prácticamente por generación espontánea, han demostrado fervientemente la autenticidad de esta tendencia: recuerdo el fragor de la fiesta que encendieron los músicos franceses del grupo pop Mano Negra en pleno corazón de Marín. Recuerdo una de las poquísimas celebraciones masivas, aquella tarde de festival cuando el teatro tomó la calle... Por un instante la ciudad no asustaba.

# Las nuevas plantas de TV en Venezuela

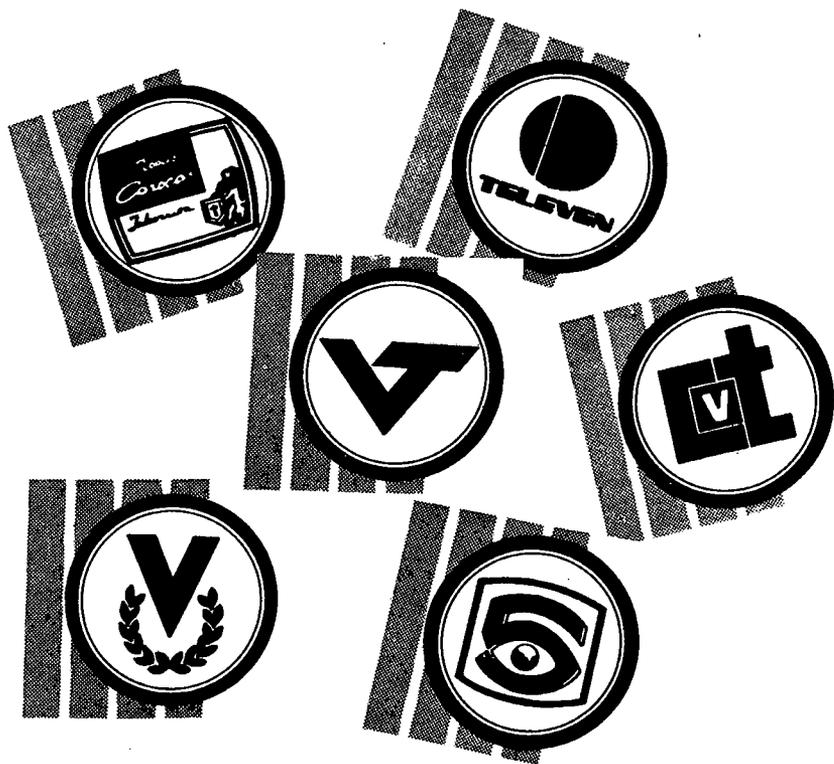
Flor Fabiola Zerpa

## LOS 80: BOOM TELEVISIVO EN PUERTAS

El panorama televisivo venezolano ha presentado un crecimiento inusitado desde finales de la década de los 80. Este proceso se desarrolla dentro de un ámbito internacional cada vez más interdependiente, en términos económicos, políticos y tecnológicos. Los acontecimientos del exterior inciden profundamente en nuestro país mediante factores de la economía y política mundial los cuales se basan en una ideología netamente liberal. Las consecuencias principales a nivel de los medios, derivadas de la consecución de la libre empresa y comercio, como lo son la globalización y la desreglamentación, han conformado un nuevo ambiente mediático en Venezuela. Los tradicionales canales abiertos de cobertura nacional deben ahora enfrentar una competencia cerrada ante nuevas opciones audiovisuales, entre ellas la televisión pagada.

### EL MONOPOLIO QUE COMIENZA A CAER

A sólo seis años del nacimiento de la televisión, en 1952, Venezuela es testigo, a través de la inauguración de la Televisora Nacional Canal 5, de la conversión a imágenes de las ondas hertzianas. El 22 de noviembre de dicho año fue instalado el Canal 5 por representantes de la RCA (de Estados Unidos) y bajo el auspicio del general Marcos Pérez Jiménez, Presidente de la Junta Militar que regía para ese entonces. En el acto inaugural hubo una falla y la



señal no volvió a salir sino hasta el primero de noviembre de 1953. La precaria financiación del Estado —a la cual siempre ha estado sometida— hizo que se suspendieran sus actividades en 1966 y 1974 por dos años cada vez. En 1976, la Televisora Nacional comenzó a aparecer bajo la denominación Segundo Programa del Canal 8. Luego en 1979 se cambió la denominación a TVB Red Canal 5. Desde los 80, TVN-C5 pasó por una grave crisis financiera hasta que en 1991 el Ejecutivo decide reducir sus horas de transmisión y eliminar la producción propia, a excepción de algunos espacios que pasan a Venezolana de Televisión Canal 8. El objetivo de la decisión es repotenciar ambos canales estatales a través de un proyecto de reconversión industrial. En 1992 el gobierno anunció que mantendría a los 2 canales con un plan de reestructuración para lograr un moderno sistema de televi-

sión pública. El canal 8 dejó de transmitir publicidad y dejó únicamente patrocinios y mensajes institucionales. Hasta la fecha, TVN sólo retransmite la señal del 8. En julio de 1993 el presidente del C-8 anunció que la TVN estaría pronto al aire, sin precisar fecha alguna.

Un año después de la salida de la Televisora Nacional, en 1953, fueron inauguradas las señales de Radio Caracas Televisión y Televisa, el 15 de mayo y el 18 de agosto respectivamente. Televisa cambia su nombre a Venevisión en 1961.

El 1ero. de agosto de 1964 comenzó sus transmisiones el Canal 8 cuya denominación inicial fue Cadena Venezolana de Televisión. Los accionistas principales fueron el grupo Vollmer y las empresas privadas estadounidenses CBS y Time-Life. En 1974 la estación pasó a manos de la administración pública cuando el gobierno la adquiere luego de decla-

rarse en quiebra. En 1976 se registró como Compañía Anónima Venezolana de Televisión cuyos accionistas fueron la República de Venezuela; la Corporación Venezolana de Fomento, CVF; y la Compañía Anónima de Teléfonos de Venezuela, CANTV. Las primeras estaciones regionales surgieron en la década del 60, en 1966, Ondas del Lago-Canal 11 del Zulia y el Canal 13 de Valencia. Ambos estuvieron al aire muy poco tiempo.

Durante algo más de dos décadas estos cuatro canales, dos estatales y dos privados, constituyeron las únicas opciones de los telespectadores y, excluyendo a la TVN y eventualmente a VTV, de los anunciantes venezolanos. La monopolización publicitaria y programática que significaban estos canales, era total. Un ejemplo de ello es una compañía que fundaron RCTV y Venevisión para llegar a acuerdos sobre pautas publicitarias, previos a la negociación con el cliente en los años 70.

Por otra parte, y aunque parezca contradictorio, hay que destacar que la existencia de dicha monopolización comercial y programática, no implicaba una cobertura total del territorio venezolano.

## LA EXPLOSION DE LA PROVINCIA

El panorama comienza a modificarse a partir del segundo lustro de los 80, cuando el Estado venezolano comienza a implementar ciertas políticas liberalizadoras en algunos sectores económicos del país, entre ellos las comunicaciones.

El Estado comienza, entonces, a otorgar concesiones de la banda UHF en el interior del país para televisoras de recepción abierta. Siete canales regionales aparecen en 1985. La prohibición que desde 1968 regía para particulares en cuanto al acceso a señales satelitales se deroga en 1986. El espectro casi inmóvil de la banda UHF en Caracas cambia con la aparición de dos nuevos canales, uno de señal abierta y otro codificado. Este último, es la primera concesión de televisión por suscripción, modal-



dad que aparece mediante decreto en 1989.

Posteriormente, ya en la década de los 90, el Estado inaugura —concesiones mediante— el funcionamiento comercial de la banda VHF, para televisoras de difusión abierta y sistemas de recepción limitada (televisión pagada). También se conceden permisos de operación para estaciones de televisión pagada que funcionan mediante cableado.

Como se ve, desde 1985 hasta la fecha, la liberalización del espectro hertziano venezolano se ha desarrollado rápidamente, lo cual se ha traducido en una verdadera explosión audiovisual, desde el punto de vista global.

## UN PANORAMA EN EXPANSION

Para 1990, existían en Venezuela 3.313.000 receptores de televisión para una población estimada 19.735.000 habitantes según el último censo de 1988. El 90 por ciento de los venezolanos poseen un televisor, que constituye su principal fuente de información<sup>1</sup>. Debido al altísimo poder de penetración del medio el porcentaje de inversión publicitaria en la pequeña pantalla ha aumentado

de una manera exponencial. Venezuela ocupa el cuarto lugar dentro de las diez primeras naciones del mundo con mayor gasto publicitario anual en televisión, con un 65 por ciento<sup>2</sup>. Esta cifra alcanzaría en 1992 unos 16 mil millones de bolívares, repartidos en las diversas estaciones comerciales<sup>3</sup>.

Actualmente hay catorce plantas de televisión de circuito abierto o libre recepción, de cobertura nacional y regional, y tres de transmisión privada o recepción limitada:

5 plantas nacionales con sede en Caracas: RCTV-Radio Caracas Televisión, VV-Venevisión, TVN-Televisión Nacional, CVTV-Compañía Venezolana de Televisión y TVN-Televén.

9 plantas regionales: TAM-Televisora Andina de Mérida (Mérida, VHF C3), TRT-Televisora Regional del Táchira (Táchira, VHF C6), NCZ-Niños Cantores del Zulia ahora Niños Cantores Televisión (Zulia, VHF C11), Zuliana de Televisión (Ciudad Ojeda, UHF C30), TB-TeleBoconó (Trujillo, VHF C13), TC-TeleCentro (Barquisimeto, VHF C11), TCA-TeleCaribe (Porlamar, VHF C12), AMV-Amavisión (Puerto Ayacucho, VHF C7) y TeleSol (Cumaná VHF 7).

Omnivisión Canal 12-Multicanal, Cablevisión y HBO Olé en Caracas.

Si existiese un espectador ideal capaz de tener acceso a los catorce canales abiertos, tendría a su disposición alrededor de 160 horas de programación en un día de semana<sup>4</sup>. Si este teleusuario tuviera a su disposición, además, una antena parabólica, podría llegar a captar 228 canales extranjeros. Los tres sistemas de televisión por suscripción implican un número importante de opciones en canales extranjeros. Las empresas que operan en esta modalidad, Omnivisión, HBO Olé y Cablevisión, ofrecen 30 canales con diversa programación.

En sus pocos años de funcionamiento, los canales regionales han logrado transmitir una porción importante de horas en relación a los canales nacionales, 43,43 por ciento

y 57,57 por ciento respectivamente.

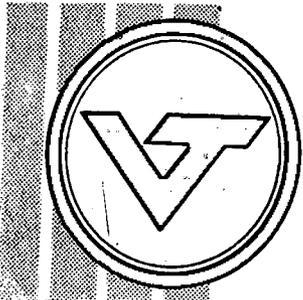
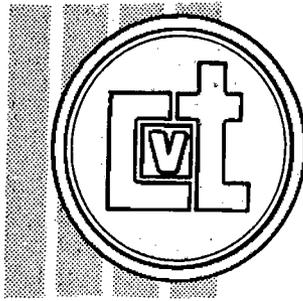
En comparación con décadas anteriores dicho espectador ideal tuvo en 1967, 44 horas de televisión a su disposición, provenientes de 4 emisoras. En 1986, podía escoger entre 86 horas emitidas por 7 emisoras. Para 1991, el número de horas casi se duplicó a 149 horas, producidas por casi el doble de estaciones de difusión abierta, 12 canales.

Por otra parte, solamente la oferta de Omnivisión y de Cablevisión supera las 450 horas diarias de programación<sup>5</sup>.

El conjunto de la programación que estos catorce canales emiten reúne una serie de características que identifican la oferta de los canales venezolanos, las cuales fueron estudiadas en 1991 por Nathalie Alvaray, Zamana Arenas y Anacristina Tkachenko. Ellas señalan las siguientes:

- el predominio de emisión de argumentales: películas, seriados y seriales de los 70, lo que resulta en un viaje atrás en el tiempo, hacia una paleotelevisión que rescata no precisamente por algún afán de rescatar el pasado, sino debido al costo elevado de la compra de programas al exterior, citando a Umberto Eco en su obra *Apocalípticos e Integrados*.
- la producción nacional de informativos.
- la concentración de la compra de programas de los Estados Unidos.
- las emisiones dirigidas a toda la familia, situación contraria a la tendencia mundial de la segmentación.
- una mayor producción extranjera que nacional, lo cual viola lo establecido por la legislación venezolana (se exige un 50 por ciento de producción nacional semanal según el vigente decreto 2.625 del 20 de noviembre de 1992).
- el promedio de espacios publicitarios o cuñas es de 1 cada 6 minutos, lo cual revela una saturación de este tipo de contenidos por parte del televidente.

La conclusión primordial que este estudio extrajo es que la televisión venezolana tiene una orientación fragmentaria:



*Hemos constatado que, en nuestro país, este discurso (televisivo, o la programación) es estructuralmente fragmentario y espectacular, con un predominio de unidades programáticas narrativas y elaborado en base a criterios que articulan las necesidades comerciales publicitarias en función de horarios determinados por las audiencias, caracterizándose, además, por la emisión de mensajes homogéneos para un público masivo. Rasgos éstos que son aceptados y compartidos por todas las televisoras<sup>6</sup>.*

Las autoras señalan que el peso comercial y publicitario del medio, tiende a definir formas hegemónicas de hacer televisión, por lo cual, las programaciones de las televisoras regionales son muy parecidas a la de los canales nacionales. La esperanza abrigada de que aquellos representarían una opción frente a los canales 2, 4, 8 y 10, se ven disueltas en la paradoja de que un medio tan atractivo, y al parecer, en permanente cambio, tiene dificultades para innovar y ofrecer modelos alternativos.

Pero paralelamente a ese proceso de homogeneización de la programación de los canales nacionales se debe añadir el cambio que se ha

producido en el otro componente del espacio televisivo: el espectador. Desde finales de los 70, el empobrecimiento que ha venido sufriendo la población venezolana a partir de la crisis económica de 1983, ha determinado la conformación de públicos más específicos, que no necesariamente son atendidos por la programación de cadenas nacionales, pero que son atacados publicitariamente. Se propone entonces la segmentación de los públicos:

*El deterioro de la calidad de vida nacional ha repercutido sobre la industria de la televisión por diversas vías. Por una parte el estrechamiento del poder adquisitivo del mercado ha modificado la actividad publicitaria, sobre todo en cuanto a la composición y estrategia de los anunciantes se refiere, no tanto en su volumen, el cual se ha incrementado en valores reales. La necesidad de eficientar el gasto publicitario, ha conducido a la segmentación de la audiencia, por parte de los anunciantes y de las plantas, en un intento por garantizar el menor costo por mil a la inversión en televisión. Por otra parte, la crisis de la pobreza ha cambiado también el perfil de la demanda<sup>7</sup>.*

La demanda se polariza tanto para mayores opciones de entretenimiento como de información.

#### **NUEVAS CONCESIONES: CANALES UHF, REGIONALES Y POR CABLE**

A la apertura de canales de VHF en el interior del país, y aunque la misma banda no está saturada en Caracas, le ha seguido la apertura de los canales de UHF. El Ministerio de Transporte y Comunicaciones, a través del organismo responsable al respecto, CONATEL, ha otorgado entre 1991 y 1993 82 concesiones: 11 canales regionales abiertos (3 en VHF y 8 en UHF), 5 canales capitales abiertos (todos en UHF) y 12 para televisión de recepción limitada por cable (7 en el interior y 5 en Caracas).

## LAS ONCE NUEVAS REGIONALES

El estado Zulia está a la zaga de la capital en cuanto a número de estaciones. A partir de este año, los marabinos tienen tres emisoras de televisión: la ya consolidada Niños Cantores TV, la emisora de la Costa Oriental del Lago perteneciente a Beto Finol, y la reciente concesión otorgada a un grupo empresarial liderizado por Calixto Rocca Bravo. El Canal 7 de Maracaibo, como se llamará, saldrá al aire a finales de este año. Uno de sus socios principales es Guillermo González, quien también solicitó una concesión para Caracas. Rocca Bravo, por su parte, posee tres radioemisoras en frecuencia modulada y una en amplitud modulada, y es además propietario del antiguo canal Ondas del Lago, uno de los primeros canales de Venezuela en la década del 60.

Estos nuevos canales representan un crecimiento del medio en el área occidental del país, los cuales suman ya ocho televisoras, incluyendo los canales andinos.

La región de Guayana, que sólo recibe las señales nacionales, podrá sintonizar una opción regional denominada TeleGuayana, supuesta a entrar al aire en mayo de este año. Su sede estará en Puerto Ordaz, a través del Canal 12. El propietario del 95 por ciento de las acciones de TeleGuayana es David Natera, editor del Correo del Caroní, quien viene de una generación de periodistas, creadores de El Bolivarense y el Correo de Guayana. Además, dirige tres emisoras, dos en frecuencia modulada (102.7 en Puerto La Cruz y 107.3 en Guayana) y una en amplitud modulada (700 Radio Sur en Ciudad Guayana). La inversión del proyecto es alta, tal como lo amerita la zona, unos 600 millones de bolívares. La señal se prevé llegará a Ciudad Bolívar por el canal 13 y a Upata, por el canal 7, mediante repetidores. Proyectan cubrir la región hasta El Callao con una inversión adicional.

A la señal oriental de TeleCaribe, se la sumará la Televisora de Oriente, concesión otorgada al empresario



Domingo Cirigliano, quien tiene diversas inversiones, entre otras, y ligada al área del entretenimiento, el equipo de baloncesto Marinos de Oriente.

Otras concesiones también han obtenido el visto bueno de CONATEL, entre ellas proyectos de televisoras para Anzoátegui (Puerto La Cruz, C55 UHF), Aragua (Maracay, C32 UHF), Carabobo (Valencia, C30 UHF), Guárico (San Juan de Los Morros, C25 UHF), Monagas (Maturín, C2 VHF), Portuguesa (Guanare, C48 UHF) y Sucre (Cumaná, C32 y C44 UHF).

### LOS PROYECTOS CAPITALINOS

La competencia televisiva en la región capital ampliará el espectro hertziano hacia la banda UHF, hasta entonces desconocida para los televidentes venezolanos.

Luego de abandonar la pelea por obtener la dirección de la Televisora Nacional en 1991, la Universidad Simón Bolívar obtuvo la frecuencia 27 para salir al aire en marzo de 1994. El proyecto se denomina Canal Alternativo y cuenta con una inversión de 200 millones de bolívares. El financiamiento proviene en

partes iguales por las entidades bancarias: Banco de Venezuela, Banco del Orinoco y Banco del Caribe; además de la participación de la Electricidad de Caracas, el Grupo Delfino y la Fundación IESA. El resto del aporte será asumido por el Consejo Nacional para las Artes y la Cultura, CONAC; Petróleos de Venezuela, PDVSA; y la propia USB.

Los planes de la directiva del Canal Alternativo apuntan a que sea el centro de operaciones de un canal federativo, donde las estaciones regionales tengan espacio para que su señal sea parcialmente disfrutada en Caracas.

Las relaciones directas de propiedad entre distintos medios no podrían dejar de verse en el otorgamiento de las concesiones televisuales, en este caso, entre la prensa y la televisión. Luis Teófilo Núñez, directivo de el diario El Universal, en asociación con Guillermo Zuloaga, presidente de la Federación Venezolana de Agencias Publicitarias, y el grupo Mezerhane, dueño de el diario El Globo y Editorial Arte, recibieron una autorización para operar la frecuencia 33. La estación se llamará Televisora TeleGlobo. El 14 de abril de este año aparecieron las barras de colores, lo cual indica período de prueba, y a finales de este año debe salir al aire con programación completa. La orientación del canal es hacia el mercado informativo, lo cual viene a ser competencia, aunque sea indirecta, a la recién estrenada Agencia Venezolana de Noticias, AVN, una de las opciones de Omnivisión Multicanal, sistema de televisión por suscripción. Las expectativas de los empresarios es captar a los segmentos A y B de la población caraqueña.

Un caso interesante es la concesión otorgada para operar en Caracas al padre Ocando Yamarte, quien dirige Niños Cantores Televisión, Canal 11 de Maracaibo, propiedad del Arzobispado de dicha ciudad. El proyecto de Niños Cantores Televisión que ya cuenta con su señal Barquisimeto y Valencia, saldrá al aire el 12 de octubre de este año en Caracas a través de la frecuencia 45,

**CUADRO 1**  
**ESTACIONES DE RADIODIFUSION AUDIOVISUAL DE LIBRE RECEPCION**  
**REGIONALES**

Estado	Ciudad	Banda	Canal	Emisora	Reserva	Situac.
Anzoátegui	Pto. La Cruz	UHF	55	Douglas Nazzar	14-5-93	En trámite
Anzoátegui	Pto. La Cruz	VHF	5	Televisora de Oriente	28-12-90	Instalación
Aragua	Maracay	UHF	32	Filido Sindoni	15-01-93	Instalación
Bolívar	Ciudad Guayana	VHF	12	David Natera	28-11-91	Instalación
Carabobo	Valencia	UHF	30	Raimundo Cariello	23-01-92	Instalación
Guárico	San Juan de los Morros	UHF	25	Filippo Giovanni	14-05-93	En trámite
Monagas	Maturín	VHF	2	Restituto Calvo	7-01-92	Instalación
Portuguesa	Guanare	UHF	45	Francisco Finizzola	23-01-92	Instalación
Sucre	Cumaná	UHF	32	Douglas Nazzar	14-05-93	En trámite
Sucre	Cumaná	UHF	44	José Angel Delgado R.	14-05-93	En trámite

**CUADRO 2**  
**ESTACIONES DE RADIODIFUSION AUDIOVISUAL DE LIBRE RECEPCION**  
**CARACAS**

Ciudad	Banda	Canal	Emisora	Reserva	Situación
Caracas	UHF	27	Universidad Simón Bolívar	14-03-91	Instalación
Caracas	UHF	33	Luis Teófilo Núñez	21-11-92	Instalación
Caracas	UHF	39	Armando de Armas	23-01-92	Instalación
Caracas	UHF	51	CMT Televisión	15-01-93	Instalación
Caracas	UHF	57	José Luis Rodríguez	14-05-93	Instalación

**CUADRO 3**  
**ESTACIONES DE RADIODIFUSION AUDIOVISUAL DE RECEPCION LIMITADA**

Estado	Ciudad	Banda	Emisora	Reserva	Situación
Carabobo	Valencia	Cable	Parabólica Servicios C.A.	27-05-93	En trámite
Dtto. Federal	Caracas	28 GHz	Carlos Delgado Marín	14-05-93	En trámite
Dtto. Federal	Caracas	28 GHz	Comunicaciones Centurión	18-01-93	Instalación
Dtto. Federal	Caracas	Cable	Cable Corp. T.V., C.A.	14-05-93	En trámite
Dtto. Federal	Caracas	Cable	Inversiones ADB, C.A.	15-01-93	Instalación
Dtto. Federal	Caracas	Cable	Super Cable ALK, C.A.	14-01-93	Instalación
Lara	Barquisimeto	Cable	Heberto Sánchez	14-05-93	En trámite
Nueva Esparta	Porlamar	Cable	Carlos Rivas	14-05-93	En trámite
Portuguesa	Acarigua	Cable	Proseñal, C.A.	27-05-93	En trámite
Táchira	San Juan de Colón	Cable	Parabólicas Caracas, C.A.	14-05-93	En trámite
Táchira	San Juan de Colón	Cable	Parabólicas Venezolanas, C.A.	14-05-93	En trámite
Zulia	Maracaibo	Cable	Satélites de Venezuela	14-05-93	En trámite

**Leyenda:**

“Instalando” Indican que realizan las labores previas a la entrada en operación.

“En Trámites” Indican que están completando los detalles técnicos para proceder a instalar.

**Fuente:**

Aviso oficial publicado por el Ministerio de Transporte y Comunicaciones en El Nacional, 12 de septiembre de 1993, Cuerpo E/ 12-13.

y su director será el periodista Napoleón Bravo. La idea del padre Yamarte es también, al igual que el Canal Alternativo, formar una federación de canales, que pueda ser vista en la capital. Se calcula que la inversión está en más de 1.000 millones de bolívares para esta red federativa, 330 de los cuales van al canal 45 en Caracas. El público a captar se encuentra en los grupos C, D y E. Este canal concreta una expansión a la inversa, es decir, dese el interior de la República a la capital, lo cual indica el poder alcanzado tanto por el canal en sí como por el sector que lo respalda, la Iglesia Católica

Otra concesión caraqueña es la otorgada a Guillermo González. CONATEL se encontraba en la disyuntiva de otorgarle una frecuencia en la banda VHF o en UHF. Los esfuerzos de los concesionarios se ubicaban para poder obtener el canal 7 de VHF, y no el 51. Pero los problemas técnicos de la cercanía del 7 con Venezolana de Televisión-Canal 8, han obligado a CONATEL a decidirse por el 51. El interés por obtener un canal en VHF por parteos empresarios era tal, que habían declarado que asumirían los elevados costos de la recanalización del Canal 8. La señal se llamará Canal Metropolitano, nombre que ya ha sido introducido como marca en el registro de propiedad industrial del Ministerio de Fomento.

Las últimas concesiones de las que se pudo conocer fueron las otorgadas a Andrés de Armas y José Luis Rodríguez este año y que operarán bajo las frecuencias 39 y 57 respectivamente.

## TELEVISIÓN POR CABLE

El 12 de septiembre de este año el Ministerio de Transporte y Comunicaciones anunció públicamente las concesiones para operar estaciones de radiodifusión audiovisual de libre recepción y de recepción limitada.

Para el próximo año, entonces, Omnivisión Multicanal y Cablevisión compartirán el mercado de ac-



tuales y futuros suscriptores con cuatro empresas de televisión por suscripción vía cable en la capital. Para el interior CONATEL otorgó este año siete concesiones para operar en el mismo sistema.

De las capitalinas, una benefició a Antonio Blanco del grupo Blancica, que junto a MDF (Metro Difra Fox) domina la distribución cinematográfica del país. La segunda fue concedida a un grupo mixto de empresarios norteamericanos, venezolanos y ecuatorianos, representado por la empresa ecuatoriana Supercable, que ya funciona en su país, Bolivia y Colombia. También está la compañía Cable Corp. TV., C.A.

Los costos del sistema cableado son mucho mayores al sistema que utilizan Omnivisión y Cablevisión, basado en transmisión por aire, vía microondas (sistema MMDS). Solamente para cablear ciertos circuitos, se especula que las empresas tendrán que invertir, más de 4 millones de dólares.

En los Cuadros 1, 2 y 3 se pueden apreciar el conjunto de las nuevas concesiones de televisión abierta y de recepción limitada otorgadas por el Estado venezolano a través de CONATEL.

## NOTAS Y REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Mayobre, José Antonio. Desarrollo Técnico de la Televisión de Servicio Público en Venezuela. Proyecto VTV-PNUD-UIT. Caracas, noviembre, 1990. Informe Preliminar. P. 21: "Un estudio realizado en 1987 (Datos C.A. 1990) obtuvo entre otros resultados los siguientes: la televisión llega a todos los segmentos de la población; un 73% de la muestra afirmó que la televisión es su principal fuente de información nacional y que en un día típico, un 83% ve algún programa de TV".

La penetración de la televisión no se limita sólo por vía de los canales de difusión abierta, sino por todo el conjunto de tecnologías y servicios que mediante este medio se prestan. Según información de la vicepresidencia del departamento de medios de la agencia publicitaria J. Walter Thompson de abril de 1992, se estimaron 350 mil hogares con acceso a Cablevisión y Omnivisión; 85 mil con acceso a parabólica; 500 casas de alquiler de video que arrendan en la semana aproximadamente 225 mil títulos; cerca de 400 mil hogares con videograbadores (lo que representa un 12 por ciento del total nacional de hogares).

2. Así lo hace ver Antonio Pasquali en un trabajo sobre la publicidad televisiva titulado "Lo que cuesta seducir", publicado en Domingo Hoy el 4-4-93, pp. 6-7.

### PORCENTAJE DEL GASTO PUBLICITARIO ANUAL INVERTIDO EN TELEVISION A NIVEL MUNDIAL

País	Porcentaje
México	75.0
Bolivia	72.3
Ecuador	66.2
Venezuela	65.0
República Dominicana	64.4
Guatemala	64.0
Colombia	59.5
Panamá	59.3
Brasil	57.7
Italia	50.9

3. Igualmente Miguel Escobar, presidente de la agencia publicitaria McCann Erickson, declaraba en el diario El Nacional del 15-12-92, que en 1992 el mercado publicitario facturó alrededor de 30 mil millones de bolívares, de los cuales se calcula que el 80 por ciento ingresa a las televisoras.

4. Las cifras que se manejan en relación al número de horas producidas por la televisión venezolana para marzo de 1991, son extraídas del trabajo de grado de Nathalie Alvaray, Zamanawa Arenas y Anaeristina Tkachenko, denominado La Oferta de la Televisión Venezolana: Estudio de un día de programación en trece televisoras. Tesis de la Escuela de Comunicación Social, UCV, Abril, 1992.

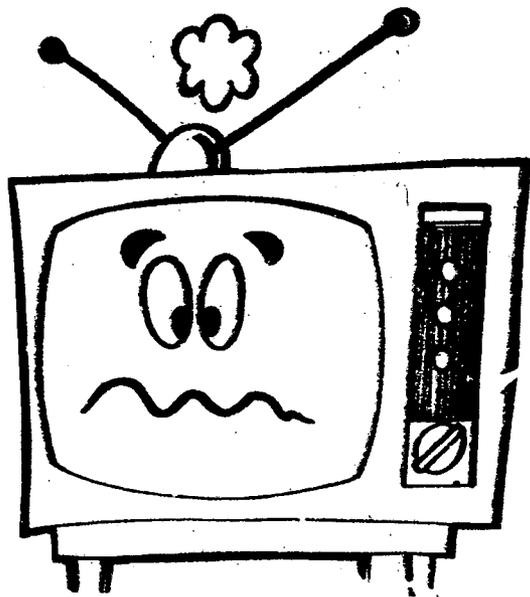
5. Ibidem, p. 194.

6. Ibidem, p. 277.

7. Güerere, Abdel. La pantalla como negocio: perfil competitivo de la televisión venezolana de fin de siglo. Tesis de la Escuela de Economía, UCV, febrero 1991. p. 87.

## A propósito de un libro "Familia y televisión", o un ajuste de cuentas frente a la desconfianza respecto a las capacidades del público

Marcelino Bisbal



Se trata de comentar el libro **Familia y Televisión** del profesor Leoncio Barrios, y este comentario en los actuales momentos y en otros anteriores también, resulta realmente un compromiso y especialmente un acto de dificultad para alguien que ha escrito diversidad de textos, artículos, ponencias y notas referenciales acerca de ese medio que los académicos hemos bautizado de diversas maneras: "el huésped alienante", "el aparato singular", "el sueño insomne", "el supersímbolo de esta época", "la píldora anticognitiva" y seguramente algunas designaciones más que se me escapan y que espero que sus progenitores no se molesten conmigo por obviarlos. Todas esas designaciones, como vemos, llevan implícita una carga valorativa de antemano que creo que durante mucho tiempo nos impidió ver lo que realmente estaba pasando entre el aparato televisivo, el entorno social de la cotidianidad y el sujeto social convertido en perceptor/consumidor ávido y agrado frente a lo que se transmite por la "pantalla chica". Por ello es que le he dado un título a esto que quiere ser algo más que una escueta "reseña" acerca de un libro sobre comunicación: **Familia y Televisión, o un ajuste de cuentas frente a la desconfianza respecto a las capacidades del público.**

UNO

La lectura del texto del profesor Leoncio Barrios nos abre las puertas a una discusión que en nuestro contexto todavía no se ha dado. Es la reflexión en torno a preguntas que hay que formularse para esta realidad y espacio: ¿La televisión, y por ende los medios radioeléctricos, generan otro tipo de relacionamiento igualmente legítimo? ¿Es la televisión la causante de los índices de violencia y agresión en nuestros jóvenes y niños, o el entorno social produce vivencias más agudas y críticas que la violencia mediática? ¿Sirve la televisión para acercarnos al disfrute del arte y la cultura en términos de "democratización cultural-comunicacional"? ¿La televisión integra a la familia, sus rutinas domésticas y su movilidad o ciertamente las desintegra? ¿El proceso de aprendizaje "instituido" a partir de la pantalla televisiva es un sustituto de la aburrida tiza y de las frías paredes del aula de clase, o sirve para complementar el proceso de aprendizaje escolar? ¿A parte de la lógica del capital, que obviamente está presente en la industria televisiva, no habrá otras lógicas que tienen que ver con los procesos de recepción, de mediación y reconstrucción que parece ser transita entre la televisión, el entorno y el público consumidor? ¿Será



cierto que el lenguaje televisivo “empobrece” el lenguaje lingüístico propiamente dicho, o no será que ese lenguaje genera procesos de recreación-creación de la lengua? ¿El lenguaje audiovisual no generará nuevas y específicas sensibilidades que habrá que descubrir y redescubrir como en un momento descubrimos las sensibilidades que se producían y producen frente a la lectura de un buen o mal libro? ¿La televisión, su programación, no estará atravesada por un paradigma estético distinto al que hemos adquirido en el proceso de la “ilustración” formal? ¿Hoy día la discusión sobre la cultura debe confrontarse o rechazar o ignorar el “campo cultural” de la televisión?

En fin, toda una serie de interrogantes y otras tantas que responden a la complejidad del presente actual que nos habla y nos designa la presencia de lo que hemos llamado “un paisaje cultural distinto”, un paisaje en donde se dan cita diversidad y multiplicidad de signos culturales que van desde la cultura elitista hasta la dominante cultura masiva industrial que hoy resulta “hegemónica” y que un sector del mundo académico e intelectual se resiste aceptar y entender, o simplemente afirman que lo que está sucediendo no es más que la “erosión de la vieja distinción entre cultura superior y la llamada cultura popular o de masas(...) es esto quizás el aspecto más perturbador-de lo que está ocurriendo (añadido de la redacción)- desde el punto de vida académico” (F. Jameson, 1991). En consecuencia, desde ahí se sostiene entonces y aquí enganchemos con la temática de la familia, que “las prácticas más fre-

cuentes que se realizan en el ámbito familiar, en otras palabras, las utilidades que se hacen en este ámbito de determinados bienes culturales, indican una debilidad de la organización familiar en la dotación cultural de sus miembros y que la ausencia de recursos socializados ilustrados (tales como el papel pedagógico de los padres, cultura del libro, utilización creativa del tiempo, juegos, etc.) y la presencia aplastante de las culturas audiovisuales marcan el contexto familiar con la carencia relativamente amplia de hábitos cultos” (CENDES, Centro de Estudios del Desarrollo de la UCV, 1991).

Otra vez la dicotomía entre Televisión y Cultura, entre Cultura Masiva Industrial y Cultura de la Modernidad Ilustrada. Y desde esa confrontación, inútil por demás, la reflexión sobre qué hace la gente con la comunicación-cultura masiva no tiene cabida y pertinencia. Y nosotros pensamos que sí, y que preguntarse qué hace la gente con la televisión y sus contenidos es alentador para seguir hacia adelante y no enfrascarnos en un análisis de tipo casual que nos lleva irremediablemente a “un callejón sin salida”, y en eso coincidimos con el planteamiento que hace Leoncio Barrios al explicitar que la televisión -como signo clave de la cultura masiva industrial- se constituye hoy día en el más potente agente educativo de la sociedad actual y afirma que “es necesario considerar la relación entre ambas instituciones, asumiendo que la televisión influye en la organización de la vida cotidiana de la familia y al mismo tiempo, la familia actúa ante esas influencias”. Tenemos así apenas esbozado el campo o “el paradigma” de la mediación social que instaura diversas instancias de la sociedad, y es ese campo/categoría el que introduce el autor para estudiar cómo unas instituciones que son la televisión y la familia influyen una sobre otra, es decir cómo se integran la una en la otra y viceversa: por tanto lo que expresa Leoncio Barrios al decir que, “la integración de la televisión dentro de los hábitos cotidianos de la familia, la organización del

tiempo y el espacio, la selección de programas por parte de la familia; los intentos de resistir la influencia de la televisión a través de la crítica y el juicio a sus contenidos, el complemento de información obtenida en la televisión; el estimular la ejecución de ciertas conductas derivadas de la televisión, e inclusive, la actitud de “laissez faire” hacia la exposición a la televisión se interpreta como una forma de mediación”.

## DOS

Partir desde la mediación social, como modelo de integración social, es arrancar como afirma Manuel Martín Serrano de la idea de que la mediación social instaura un código, y en la investigación de Leoncio Barrios se trata de ir descubriendo en la propia vivencia con la familia -en su caso las familias son identificadas como la de Nana, la de Gladys y los Pérez- cuáles son los códigos de lectura que instauran las gentes de esas familias en torno al uso de la televisión. Como el propio autor de Familia y Televisión lo explicita: “contribuir al conocimiento de esos procesos -decimos nosotros: de codificación/recodificación- de acuerdo a particulares necesidades y patrones socioculturales de los miembros de la familia y de la familia en sí misma”.

Familia y Televisión nos ofrece tres historias de vida, quizás tres historias de “antropología visual”, tres estilos de vida y sus dinámicas específicas en relación con un aparato tan particular y definitorio de la vida actual, como lo es la televisión y el uso que de ese aparato hacen tres familias venezolanas dentro de su cotidianidad. Y en estos momentos la cotidianidad empieza a ser valorada -como formula M. Maffesoli- como el entrecruzamiento de pequeñas cosas que producen sentido y constituyen lo esencial de la vida social y el hecho de ver televisión configura hoy día la actividad cotidiana de “tiempo libre” con relativa mayor preferencia. No hace falta recordar cifras, allí está la realidad.

Preguntarle a esas familias y a la gente en general por la influencia que la televisión tiene en sus vidas, preguntarles por insolutas constantes de efectos que podamos repetir ante cualquier caso y situación, instigarlas y casi obligarlas a que nos digan que sí, que ellas y ellos han sido afectadas social y psicológicamente por la programación de los contenidos televisivos; es irrelevante, irrespetuoso e inoportuno a la vez. Porque la preguntas de los cuestionarios de cualquier investigación empírico-analítica o las reflexiones de carácter histórico-hermenéutico crítico en relación con la televisión ya partían y parten de una certeza que se presenta como incuestionable, es la "certeza" de que la televisión debe ser anatematizada de antemano y no comprendida en lo que ella realmente es y representa en esto que hemos denominado un paisaje cultural distinto. Y como todo paisaje distinto, tal como afirma Umberto Eco, debemos estudiarlo no a partir de categorías construídas sobre una imagen anterior del hombre, sino a partir del nuevo concepto de humanidad pensante que se está perfilando.

Lo que plantea el texto, que nos está sirviendo de excusa para decir algunas cosas sobre la televisión como canal de comunicación, es un intento de comprensión serio frente a la familia y la televisión, y nunca un rechazo de inmediato. Porque "la experiencia de ver televisión trasciende al hecho de ver televisión" nos dirá Leoncio Barrios. Y es cierto, es ni más ni menos que la relación de la televisión como hecho social cotidiano, es la lectura de la televisión como una práctica de lo social, y que nos coloca en la vía de nuevas preguntas y variadas respuestas, aunque sean más preguntas que certezas. "Y es que aunque mucho se ha escrito e investigado sobre la televisión -nos dirá el autor-, tanto los comentarios como los resultados son controversiales. De hecho, gran parte de la investigación sobre los efectos de la televisión se han centrado en el problema de la estimulación de conductas agresivas o violentas en niños y adolescentes o en el aprendi-

zaje de hábitos irracionales de consumo y si embargo, ambos aspectos se mantienen irresueltos. Entre otras razones por la creencia infundada en una relación directa y causal entre los contenidos expuestos en la pantalla y los efectos en el público".

De manera tal que desde una sociología y una antropología de los usos sociales de los medios, nos apunta Jesús Martín Barbero (1988), ya no puede dejarse de plantear: "¿qué saberes constituidos en memoria -de clase, de etnia- movilizan la comunicación masiva?, ¿qué imaginarios -de generación o de sexo- median la lectura y en los modos de ver? , ¿qué espacios y qué actores sociales intervienen en la resemantización?, ¿qué dimensiones de la vida cotidiana son afectados por los diferentes géneros?". Esas preguntas son el verdadero escenario de discusión ante el discurso massmediático y particularmente ante el televisivo, y por ello Leoncio Barrios comprobará que "la exposición a la televisión aparezca asociada a las más diversas actividades que se realizan en el contexto de la cotidianidad y por tanto, ésta es una actividad a la cual los miembros de la familia se dedican con concentración sólo en escasas ocasiones o por cortos períodos de tiempo". Y continúa afirmando que "la relación observada entre los miembros de las familias y la televisión, reafirma la validez de las tesis de la "Audiencia Activa"(...) y de la "Extensión de los miembros de la audiencia a través de la televisión"(...) De hecho, a través de la televisión la audiencia satisface diferentes necesidades como compañía, aislamiento, descanso, diversión, control, información, evasión, liberación de emociones y tensiones, relaciones personales, u ocupar su tiempo libre(...) muchas de las cuales han sido detectadas en estas familias, lo que reafirma la tesis de que la gente usa la televisión no sólo para verla".

### TRES

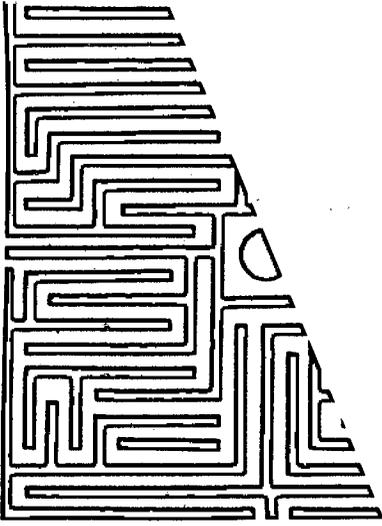
Quisiera entonces acotar unas escenas discursivas, entresacadas de



la realidad y de ninguna forma escenas ficcionales, que de alguna manera sirvierón de giro para transformar radicalmente nuestras reflexiones sobre la comunicación masiva como producto cultural. Escenas que nos hablan de una u otra forma, de aquellas mediaciones que se atraviesan en el proceso de recepción, que nos interrogan acerca de la presencia de un consumidor massmediático activo y que nos infieren que hoy día la cotidianidad de la gente es diversa y que solamente comprendiendo esa diversidad entenderemos que la vida se juega en lo cotidiano. Pero también escenas que nos dicen de un autoritarismo o "imperialismo cultural" que pone al descubierto lo que Andreas Huysssem(1987) dijera en relación a la cultura de la modernidad ilustrada, "una cultura que fue - como dice el autor alemán- del imperialismo interno y externo".

• Aquí la primera escena:

"(...) Nos comentaba en 1984- Jesús Martín Barbero a A. Mattelart-, la incomodidad que le había producido la desconcertante experiencia vivida por él y sus estudiantes en un cine de las afueras de Cali donde se proyectaba un melodrama mexicano. Esta sesión de trabajo práctico, destinada a que sus alumnos pudieran contrastar sus esquemas de análisis sobre el relato popular, se interrumpió entre sensaciones de malestar cuando se dieron cuenta de que lo que ocurría en la pantalla provocaba lágrimas en el público. 'Lo que me pasó ese día, escribe Martín-Barbero, lo suelo contar llamándolo pomposamente un "escalofrío epistemológico". Resulta que a los veinte



minutos de proyección estábamos tan aburridos, pues el film era tan elemental y cursi, que comenzamos a carcajearnos. La gente que nos rodeaba-el cine estaba lleno, en su mayoría de hombres; era un film que batió records en Colombia y por eso estábamos allí-se indignó, nos gritó y nos quiso sacar a la fuerza. Durante el resto de la proyección yo miraba a esos hombres, emocionados hasta las lágrimas, viviendo el drama con un placer formidable...y al salir me rompía la cabeza preguntándome: ¿qué tiene que ver el film que yo veía con el que veían ellos? Si lo que a mí me hastiaba a ellos les encantaba, ¿qué había allí que yo no veía y que ellos sí? ¿Y de qué les va a servir a estas gentes mi lectura ideológica por más que la aterrice a su lenguaje, si esa lectura lo será siempre del film que yo vi, no del que vieron ellos?(...) Y que a mí me lleva hoy en día a plantearme la necesidad ineludible de leer la cultura de masa desde ese otro "lugar", desde el que es formulable esta otra pregunta: ¿qué, en la cultura de masa, responde no a la lógica del capital sino a otras lógicas?" (Armand Mattelart, 1987);

• Y esta es la segunda, más próxima a nuestro espacio.

Recuerdo un día cualquiera del año 1988... Cuando el Decano de aquel entonces de la Facultad de Humanidades y Educación de la UCV, en una seria reunión de corte académico con todos sus directores y coordinadores en donde se estaba discutiendo los planes y proyectos para la Facultad de Humanidades, detuvo la reunión universitaria y miró la hora: 8.30 de la noche. Dijo entonces:

ces: -"Señores profesores, hasta aquí nuestra reunión, creo que la Facultad y la Universidad pueden esperar una hora más para que nosotros decidamos cuáles deben ser los proyectos que le debemos fijar y que debemos llevar a cabo". Las caras de extrañeza, no entendíamos que estaba pasando, cada director seguramente se preguntaba lo mismo: -"Algo grave o importante debe haber sucedido. O quizás una cita de importancia...para suspender tan abruptamente la reunión". Explicó el Decano: -"Lo que ocurre es que a las 9.00 en punto comienza "Roque Santeiro" y está bien buena...". Aunque José Ignacio Cabrujas diga que él no escribe telenovelas para la clase media-culta, y que esa clase debería leer, pero a la clase media culta también le gustan las telenovelas. Y nuevamente Barbero al interrogarse por sobre ¿qué masivo masoquismo, qué comportamiento suicida de clase puede explicar esta fascinación?

Ahora dos escenas últimas que no hablan del "no entendimiento" de lo que está sucediendo. De eso que Leoncio Barrios expresa en su texto al decirnos que "los discursos que hasta ahora han prevalecido sobre la televisión se caracterizan por expresar una visión sesgada y en muchos casos prejuiciada hacia el medio. Paraphraseando a Mc. Luhan(1964), gran parte de esos autores y críticos radicales parecieran seguir viviendo en la galaxia Gutemberg al continuar considerando a la televisión como un elemento "nocivo", y particularmente para la familia y los niños".

• La escena es entresacada de una entrevista que les hiciera Mario Kaplún a los esposos Mattelart (1988). La pregunta: "Michéle, tú te referiste reiteradamente al 'paradigma del placer' ¿Para ustedes es una certeza que la relación que el televidente establece con la televisión se puede expresar bajo la categoría de placer? ¿O es de otra naturaleza? La Respuesta: "(...) Puede ser... el placer de la miseria(...) Es la noción misma de placer lo que habría que discutir. El placer de consumir tele-

visión... Es un placer. Pero un placer miserable(...)"

• Y la última: "He llegado a la conclusión que debíamos emprender menos ejercicios académicos y **dirigir mucho más nuestra mirada hacia el usuario.** A ese señor usuario, a quien finalmente conocemos muy poco, arrinconado en la pasividad y la resignación por obra de operaciones masivas y prolongadas de condicionamiento, habremos de redescubrirlo e informarlo directamente, en lenguaje comprensible, de los principales resultados de nuestros estudios. Los académicos, las instituciones filantrópicas, las asociaciones científicas y hasta los poderes públicos, tal vez no logremos nunca hacer retroceder a los señores de la violencia ni sus concepciones dolarizadas de la libertad de información. Los usuarios sí pudieran lograrlo" (Sub. nuestro) (Antonio Pasquali, 1991)

No hago comentarios. Cada quien puede hacer lo suyos. Lo único que puedo expresar es que mientras las dos primeras escenas son respetuosas del "otro", de su imaginario y de la capacidad de resemantización que el "otro" tiene; las segundas nos ofrecen una gran desconfianza respecto a las capacidades del público. Nos recuerda aquello que dijera en entrevista el cronista y escritor mexicano Carlos Monsivais en tono bien desenfadado:

"(...)que toda esta campaña contra la desnacionalización, contra la penetración cultural, es una campaña que es producto de la ignorancia de lo que sucede. Y producto de temores sobre las virginalidades culturales que corresponden a etapas de fines del siglo XIX que no tienen nada que ver con la realidad. Todo lo que(...) dicen respecto de la transnacionalización y de la penetración cultural es una suma de estupideces. No saben realmente de qué están hablando.

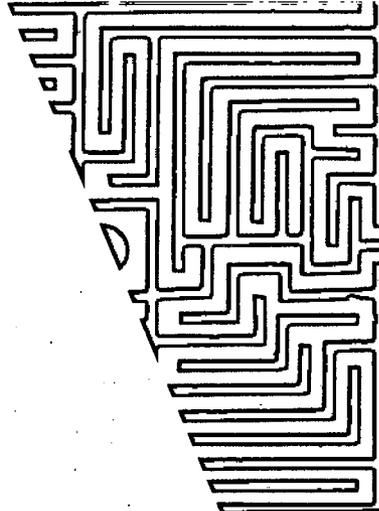
Sólo se trata de lugares comunes y de imaginarse un pueblo perpetuamente virgen al que van mancillando en zonas y le van co-

locando aquí una canción de Travolta y tres éxitos de Michael Jackson, y aquí la producción entera de Madonna. Creo que es insensato. Hay eso, que no me parece, por otra parte, desnacionalización. Me parece un proceso casi natural en una atmósfera de americanización internacional que tampoco creo deba ser cuestión de grandes lamentaciones(...) Y, por otro lado, hay la transformación continua de las proposiciones de la industria cultural norteamericana en proposiciones mexicanas. El caso del rock es típico. Durante 10 ó 15 años solo se aceptó canciones de rock cantadas en inglés porque se pensaba que era su idioma natural y que usar el español era traicionar la esencia del rock. Eran canciones disparatadas. Yo recuerdo una sobre la matanza del dos de octubre del 68, en inglés. Me parecía, un tanto llevar al colmo aquí sí- la mentalidad colonizada. Pero resultó que era una etapa necesaria y luego, inmediatamente después, empezaron a surgir canciones en español cada vez más violentas, en un proceso absolutamente similar al del rock subterráneo del Perú. Donde el ingenio, la autoflagelación sardónica, la sexualización, la irreverencia, la falta de respeto, como el único respeto que se le debe a las instituciones, etc., se vuelven todo un idioma y eso es lo que han conquistado en definitiva a la mayoría de los jóvenes mexicanos, que siguen oyendo a Madonna o siguen oyendo a Bruce Springsteen pero que al mismo tiempo, en lo que más les atañe, escuchan un rock en español muy violento, muy nacional, en la medida en que sintetiza formas de vida, teorías y actitudes, y que es muy contestatario, no sólo contra el Estado sino, especialmente, contra la sociedad.(...) Yo pienso que en todo eso se ha creado un alarmismo cultural, no sólo infundado, sino una desconfianza respecto a las capacidades del público, a las capacidades incluso de los creadores de la industria cultural y de los márgenes de la industria cultural" (Sub: nuestro)(Carlos Monsivais, 1988).

## Y PARA CONCLUIR

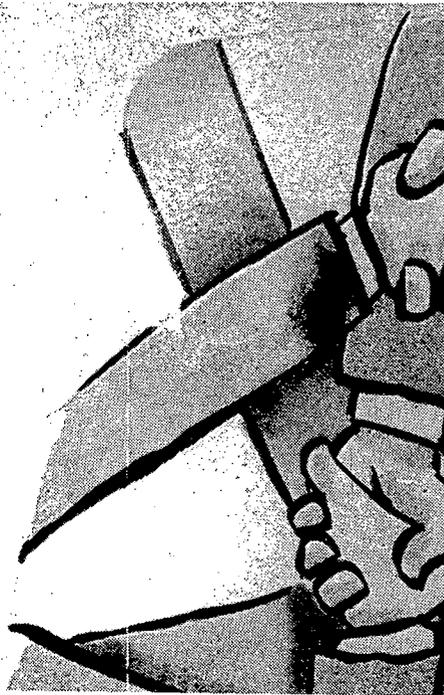
Demasiadas interrogantes han quedado y están en el aire. En los últimos años hemos aprendido que las seguridades no son portadoras de verdades. El libro *Familia y Televisión* es una gran interrogante, no hay respuestas conclusivas, pero uno encuentra la historia de tres familias frente a la pantalla televisiva, y la vivencia de la gente es importante. Acercarse a ella y descubrir no qué cosa hace la comunicación masiva con ella, sino que cosas hace la gente con esa comunicación masiva, en qué les es útil, por qué la seduce, en qué le convence y en que no. Y en fin, cuando uno no puede pagar 15.000 bolívares para ir al Teatro Teresa Carreño a apreciar a Mikhail Baryshnikov y su "White Oak Dance Project" o 12.000 bolívares para escuchar a Michael Jackson en El Poliedro de Caracas, tenemos la "alternativa" real de verlos por televisión, porque a la final la gente siente que les pertenece y los hace populares por el puro placer de diversión, del olvido, de ocupar el tiempo, de llorar junto con las estrellas o "para transformar - como dice Monsivais- lo que ve en otra cosa y para vivirlo de otra manera".

Se pudiera pensar que en este comentario o "a propósito de un libro" falta algo, que no hemos criticado por ningún lado al medio, que pareciera que nuestra posición es excesivamente permisiva. Simplemente hago mía la respuesta con la que cierra el libro de Leoncio Barrios: "Aun cuando yo participo de la crítica y denuncia que se hace a los contenidos que predominan en la televisión venezolana, a la carencia de alternativas para los televidentes y a la desmedida prioridad que los empresarios de la televisión dan a sus intereses comerciales sobre los sociales, considero también que la televisión no tiene por qué ser el "chivo expiatorio" de la sociedad, al asignársele, como se ha pretendido, la casi exclusiva responsabilidad de los problemas sociales de la sociedad".



## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Barrios, Leoncio.- *Familia y Televisión*. Monte Avila Editores Latinoamericana. Colección "Perspectiva Actual". Venezuela, Caracas, 1993.
- CENDES (Centro de Estudios del Desarrollo de la UCV).- Documento citado por Bronfemager, G y G. R.. Casonava.- *La diferencia escolar*. Editorial Kapelusz. Venezuela, Caracas, 1986.
- Jameson, F.- *Postmodernismo y sociedad de consumo*. En el texto *La Postmodernidad de Varios Autores*. Editorial Kairós. España, Barcelona, 1985.
- Maffesoli, M.- "Identidad e identificación en las sociedades contemporáneas". En el texto *El Sujeto Europeo de Varios Autores*. Editorial Pablo Iglesias. España, 1990.
- Barbero, Jesús Martín.- "Euforia tecnológica y malestar en la teoría". En la Revista *DIA-LOGOS de la Comunicación*. Revista editada por la Federación Latinoamericana de Asociaciones de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS), Nº 20. Abril 1988.
- Huysssem, Andreas.- "Guía del postmodernismo". Separata de la Revista *Punto de Vista*. Nº 29. Argentina, 1987. Citado por por Jesús Martín Barbero.- "Euforia tecnológica y malestar en la teoría". Op. Cit.
- Armand, Mattelart y Michéle.- *Pensar sobre los medios. Comunicación y crítica social*. FUNDESCO. España, Madrid, 1987.
- Pasquali, Antonio.- "Violencia y derechos de la infancia". En el texto *El orden reina. Escritos sobre comunicación*. Monte Avila Editores. Venezuela, Caracas, 1991.
- Monsivais, Carlos.- "Cultura popular y cultura masiva en el México contemporáneo" (Entrevista llevada a cabo por Isaac León y Ricardo Bedoya). En la Revista *DIA-LOGOS de la comunicación*. Revista editada por la Federación Latinoamericana de Asociaciones de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS). Nº 19. Enero 1988.
- Kaplún, Mario.- "Los Mattelart Hoy: entre la continuidad y la ruptura". En la Revista *DIA-LOGOS de la comunicación*. Revista editada por la Federación Latinoamericana de Asociaciones de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS). Nº 21. Julio 1988.



# Las representaciones sociales y su configuración narrativa

## Segunda parte:

## La configuración del acontecer social

Jesús María Aguirre

**RESUMEN**

*En esta segunda parte sobre las representaciones sociales y su configuración narrativa, el autor vincula los presupuestos de la recuperación del sujeto —la agencia social y la identidad narrativa expuestas en la primera parte— con las condiciones mediadoras de la construcción discursiva sobre el acontecer social. Fundando la esencialidad de toda acción social en la comunicación, describe las mediaciones claves de autorepresentación de las sociedades modernas: el lenguaje, los medios de comunicación y los medios de comunicación simbólicamente generalizados. Muestra el carácter de programas narrativos que asumen los discursos referenciales de la praxis social y explica su posible reducibilidad a los modelos de relatos subyacentes bajo las formas del mito, la ideología y la utopía.*

**TEORÍA SOCIAL; COMUNICACION; MEDIACIONES; IDEOLOGIA**

*In this second part about the social representations and its narrative configuration, the author entails the pretexts of the subject recuperation —the social agency and the narrative identity expounded in the first part— with the mediation conditions of the discursive construction about the social happening. Founding in the communication process the essentials of all the social action, he describes the key mediations of the modern societies self representation: the language, the mass media and the symbolically generalized media. He shows the character of the narrative programmes which assume the reference discourses of the social praxis and he explains its possible reduction to the models of the underlying statements under the myth, the ideology and the utopia forms.*

**SOCIAL THEORY; COMMUNICATION; MEDIATIONS; IDEOLOGY**

En el primer ensayo sobre la configuración de los “agentes” tratamos de establecer las condiciones de inteligibilidad de un discurso social en su doble modalidad nomológica y hermenéutica, y advertíamos sobre la necesidad de completar la cuestión de la autoreferencia con la del acontecer social indisolublemente unida a ella sin eludir el carácter pragmático de todo discurso, incluido el científico social. (Aguirre 1993 b).

Con bases en la crítica regresiva de Paul Ricoeur sobre el discurso de la acción (Ricoeur 1981; 1986; 1987 a, b, c; 1989), y guiados por los nuevos lineamientos sociológicos de Anthony Giddens (Giddens 1976; 1990), asumíamos que en todo discurso social:

- a) Se recurre a la configuración narrativa que busca directa o indirectamente la representación de la praxis social por el nexo de la imputación causal singular;
- b) Hay que presumir la cualidad de autocomprensión en los propios agentes históricos o sociales representados, sea que hagan cosas, hagan que suceden cosas o las padezcan, al igual que la autoreferencialidad del discurso del cientista social;
- c) La determinación de la escala de las unidades referenciales (iden-

idad personal o colectiva, acción personal o social, etc.) y de su dimensión temporal (tiempo largo o corto, multitemporalidad, etc.) dependen de la perspectiva opcional y/o de la selección del modelo de análisis del observador, que a su vez se autoobserva.

Concluíamos que las divergencias entre discurso nomológico y hermenéutico corresponden a énfasis unilaterales de orden estratégico en la selección de las unidades de análisis y su dimensión temporal, la recolección de los datos cuantitativos o cualitativos, y, en fin, la preferencia por el paradigma explicativo-causal o comprensivo-motivacional respectivamente. La reducción en uno u otro sentido goza de la ventaja de simplificar la complejidad de lo social, aunque ninguno de los dos paradigmas escapa a la precomprensión de la praxis, que se ofrece en la expresión y relato del acontecer cotidianos.

Sin embargo destacábamos que ni la refiguración del yo por apropiación del personaje, actor o agente (Ricoeur 1992), ni la negociación social de las autonarraciones en la interacción simbólica (Gergen 1988) eran suficientes para construir una teoría social explicativa capaz de articular la autoreferencialidad de toda actuación o discurso con las

mediaciones de las estructuras sociales.

Dejábamos abiertas las preguntas siguientes: ¿cómo se producen y reproducen los fenómenos de “pertenencia participativa” en las distintas esferas de la acción? y ¿cuáles son las mediaciones simbólicas que atestiguan los reconocimientos identitarios y la conspiración cooperativa en determinados contextos culturales más allá de la interacción directa?

Si bien A. Giddens (Giddens 1976: 15) recurre a las categorías de “producción de la sociedad” y “agencia humana” como realización cualificada que los seres humanos mantienen y llevan a cabo por el poder de intervenir en un curso de acontecimientos o en un estado de cosas, el nexo entre agencia y estructuración es remitido a la dialéctica del control. Es decir, invierte el interaccionismo simbólico en una operación paralela a la del giro marxiano de Hegel, para sostener que toda relación social conlleva un acceso asimétrico a los medios (recursos) y por ende los agentes pueden influir en la conducta de los demás.

Por otra parte tomando la concepción de los “repertorios compartidos” de Alfred Schütz bajo la re-nominación de “conocimiento mutuo” y estableciendo la distinción entre el aspecto semántico de las reglas sociales y su aspecto normativo, trata de conjugar las actividades sociales y el conocimiento mutuo desde un punto de vista unitario.

También Franco Ferrarotti en sus intentos de conjugar la historia y lo cotidiano a través de sus múltiples mediaciones recurre a una estrategia teórica similar, basándose en la categoría de “praxis totalizante” de Sartre. Postula que el individuo y sus interacciones sintetizan la dimensión social (Ferrarotti 1991).

Tales transacciones entre el interaccionismo y la dialéctica poseen el mérito de introducir la indeterminación en la conducta social, pero dejan traslucir un hiato entre conocimiento y representación colectiva y/o actuación de los individuos y acción social global. La alusión a la

dialéctica, dada la vacilación de su sentido, no aclara mucho más que la noción genérica de interdependencia.

Trataremos de dilucidar este aspecto nuclear para una teoría social con el recurso a los nuevos virajes de la “teoría de la comunicación social”. Obvia decir que no nos referimos a los repertorios conceptuales de la comunicación de masas sino a los desarrollos de Jürgen Habermas (Habermas 1987) y Niklas Luhmann (Luhmann 1991) sobre los procesos comunicativos en los sistemas sociales y a los avances de la narratología (Ricoeur 1981) y de la pragmática (Berrendoner 1987) en la comprensión del discurso de la acción.

En otras palabras abordaremos el campo de articulación de la interacción simbólica y la comunicación en la estructuración de lo social y de los modos de vida (Córdova 1922: 258).

## 2.1. COMUNICACIÓN Y ACCIÓN SOCIAL

El debate entre la sociología nomológica y la hermeneútica tiende a estancarse, a pesar de los equilibrios, en un dilema a favor del sistema—sea funcional o dialéctico—con el descentramiento del sujeto o de su contrapartida de la interacción simbólica, complementada o no con la agencia social.

Las tensiones entre la realidad exteriorizada, sea la que sea, la experiencia tal como se presenta a la conciencia y las expresiones en las que los individuos o grupos las enmarcan y articulan, terminan recibiendo un tratamiento unipolar, a pesar de las protestas en pro de los modelos dialógico-dialécticos al tratar problemas concernientes a la teoría del conocimiento o al análisis de fenómenos interculturales. Los complejos enlaces de la vivencia social y de la acción quedan abusivamente simplificados.

Pero ¿cómo aclarar la relación entre la autoreferencia de los sistemas síquicos que remiten sus conocimientos a la experiencia o comprensión particularizadas y la de los sistemas sociales que reproducen las

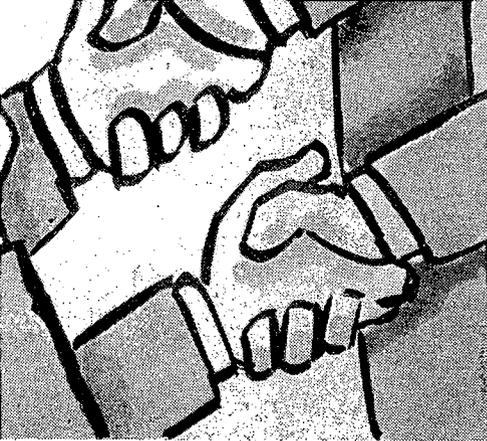


representaciones colectivas a través de las mediaciones institucionalizadas?

Ya la pregunta anticipa nuestra opción por una teoría praxeológica que trabaja con componentes heterogéneos sobre objetos finalizados y nuestro derrotero de indagación en busca de las mediaciones inherentes a la praxis social.

Habermas en su “Teoría de la Acción Comunicativa”, consciente de las múltiples modalizaciones de la acción establece una distinción en la misma matriz de la acción social según ésta esté orientada teleológicamente o comunicativamente. La primera a su vez puede ser instrumental o estratégica según que la acción dirija su influjo sobre un objeto o sobre un sujeto, lo que conllevará que la situación sea asocial o social.

*“A una acción orientada al éxito la llamamos instrumental cuando la consideramos bajo el aspecto de la observancia de reglas de acción técnicas y evaluamos el grado de eficacia de la intervención que esa acción representa en un contexto de estados y sucesos, y a una acción orientada al éxito le llamamos estratégica cuando la consideramos bajo el aspecto de la observancia de reglas de elección*



*racional y evaluamos su grado de influencia sobre las decisiones de un oponente racional" (Habermas 1987: 367).*

Ahora bien, según Habermas, para comprender la orientación de la acción bajo el criterio de la coordinación social, se debe superar el paradigma de la razón instrumental y la filosofía de la conciencia, que tienden a concebir monádicamente la actividad de un sujeto. Por eso, en contraposición ofrecerá la siguiente definición de acción comunicativa:

*"Hablo, en cambio, de acciones comunicativas cuando los planes de acción de los actores implicados no se coordinan a través de un cálculo egocéntrico de resultados, sino mediante actos de entendimiento. En la acción comunicativa, los participantes no se orientan primariamente al propio éxito; antes persiguen sus fines individuales bajo la condición de que sus respectivos planes de acción puedan armonizarse entre sí sobre la base de una definición compartida de la situación. De aquí que la negociación de definiciones de la situación sea un componente esencial de la tarea interpretativa que la acción comunicativa requiere" (Habermas 1987: ibid.).*

En coherencia con estas distinciones mantiene explícitamente dos formas de integración: la integración social que se realiza mediante la orientación de los agentes, y la integración sistémica, que se efectúa por medio de las consecuencias de la acción.

A pesar de que Habermas afirma que las acciones concretas se pueden clasificar no sólo analíticamente se-

gún estos dos puntos de vista teleológico y comunicativo, sino que son las acciones sociales concretas las que pueden distinguirse según la actitud adoptada por los participantes, el criterio de diferenciación queda referido en ambos casos a la intencionalidad de los actores y a su conciencia actitudinal. La cuestión es si es comprobable alguna correlación entre determinados contenidos de conciencia y comportamientos empíricos desde el punto de vista del observador. Planteado así el problema la propuesta de solución conduce a la introspección fenomenológica o al análisis sicosocial.

Niklas Luhmann desecha esta estrategia conceptual para reformular las relaciones entre conciencia, comunicación y acción social. Su pregunta central se refiere a "cuál es, propiamente, el elemento último, aquel que ya no se disuelve, de los sistemas sociales, respecto de los relacionamientos: ¿acción social o comunicación?" (Luhmann 1991: 175).

La teoría sociológica de la acción ha fracasado, según Luhmann, porque el concepto de acción remite al hombre como ser viviente y como conciencia, y no se refiere a un estado de cosas socialmente constituido. Por ello debe transformarse de teoría de la acción en teoría de la comunicación. Veamos su razonamiento en el marco de su obra más acabada "Sistemas Sociales". Por medio de la conceptualización de la "autopoiesis", tomada de la teoría de los sistemas autoreferenciales presupone que tales sistemas pueden elaborar con sus propias operaciones una descripción de sí mismos y autoobservarse. De ahí que sea posible separar la relación entre comunicación, acción y reflexión de la teoría del sujeto y de la subjetividad de la conciencia.

Marcando una distancia analítica sobre los sistemas síquicos, basados en las operaciones de la conciencia, explica que éstas en su carácter basal se comprenden como "entorno" de los sistemas sociales y no como su "autoreferencia".

No se afirma, por tanto, como objetan algunos críticos de la auto-

poiesis que podrían existir sistemas sociales sin una conciencia presente, sino que sólo gracias a ese distanciamiento se obtiene la posibilidad de elaborar una teoría realmente autónoma de los sistemas sociales. Así, por ejemplo, el funcionamiento del sistema nervioso y el flujo de representaciones de la conciencia son condiciones necesarias de toda acción social, pero utilizan otros niveles de la realidad y por ello pertenecen al entorno.

Partiendo, pues, de que los sistemas sociales no constan de sistemas síquicos y mucho menos de seres humanos corporizados biológicamente, ubica los fundamentos basales de toda acción social en los procesos comunicativos. Es decir, postula que el sistema social no puede pasar por debajo del nivel constitutivo de la comunicación.

Es necesario explicar su concepto de comunicación, ya que difiere tanto de los usos genéricos vinculados a la comunicación de masas como de los más restrictivos empleados por los interaccionistas o el mismo Habermas, como hemos expuesto anteriormente.

En Luhmann la comunicación no se puede comprender como acción, a diferencia de Habermas, ni el proceso de comunicación como cadena de acciones. Más bien por la comunicación un sistema social se constituye como sistema de acción y se autodescribe para dirigir la continuación de los procesos y la reproducción del sistema.

Así como los sistemas síquicos se constituyen sobre la base de un nexo de conciencia unitaria (autoreferencial), los sistemas sociales están constituidos sobre la base de un nexo de comunicación unitario (autoreferencial). En esta teorización la comunicación engloba las tres operaciones selectivas de información (acontecimiento que selecciona estados del sistema), notificación (selección de conductas de transmisión) y expectativas de éxito (selección de conductas esperadas).

No hay, pues, reducción de la acción social a meros símbolos, a no ser en el sentido de que toda conduc-

ta arroja información, ni tampoco oposición radical entre acciones ejecutivas, basadas en último término en gestos, y acciones expresivas, sustitutivas de aquéllas. Este enfoque difiere, por tanto, de otras propuestas de teóricas que entroncan la comunicación en una previa teoría de la acción social o en una semiosis social (Martín Serrano 1977; Verón 1987).

De hecho no se pueden separar, aunque sí distinguir comunicación y acción. Estas deben ser entendidas como una relación que reduce la propia complejidad, porque el proceso básico que constituye lo social como realidad especial es un proceso comunicacional, aunque éste puede descomponerse en acciones. Para poder ser observado y observarse a sí mismo un sistema comunicacional recurre al sistema de acción, como autocontrol paralelo para deducir de la acción siguiente si hubo o no entendimiento. Y las mismas reflexiones científicas en cuanto teorías reflejan la identidad del mismo, como momento de la autopoiesis autoreferencial.

En esta perspectiva “el planteamiento correcto es que los sistemas sociales se descomponen en acciones y obtienen por medio de esta reducción las bases para establecer relaciones con otros procesos comunicativos” (Luhmann 1991: 153).

Existen otros tres aspectos íntimamente vinculados a las tesis expuestas anteriormente que requieren una aclaración.

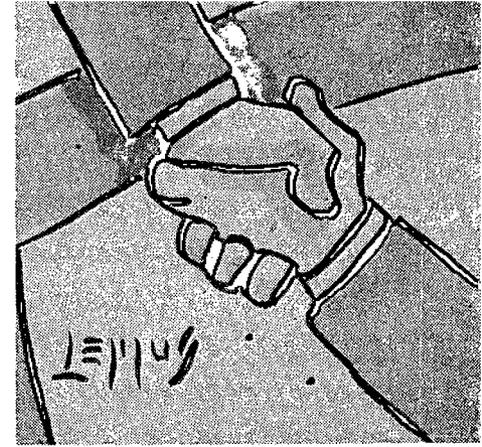
En primer lugar existe un horizonte propio de la comunicación que hace posible el avance de los sistemas autoreferenciales y autopoieticos sin que los provechos de adjudicación de las acciones tengan que remitirse siempre a seres individuales concretos. Puede haber adscripciones a unidades colectivas e identidades sociales. Más aún la descripción social de las conductas individuales, a pesar de que continúa la autopoiesis de la vida y de la conciencia, encuentra su unidad, principio y fin en el horizonte de la diferencia sistema-entorno. Ello no es incompatible con la explicitación

causal de la conducta singular con su semántica de la “intención” “motivo” e “interés” que remiten al sistema síquico.

El segundo aspecto se refiere a la subdistinción mencionada entre acciones ejecutivas y expresivas. Esta pudiera asumirse a mi entender desde una nueva óptica con base a la diferenciación luhmaniana entre información y notificación. En efecto la acción se constituye socialmente en dos contextos diferentes: como información o tema de una comunicación, o como acción de la notificación. Es claro que existe la acción no comunicadora, acerca de la cual la comunicación social sólo se informa, y cuya relevancia social es notificada por la comunicación. Los sistemas de comunicación son libres de comunicar acerca de acciones o de cualquiera otra cosa, pero deben entender a la notificación misma como acción, y sólo en este sentido, ésta se convierte en el componente necesario de la autorepresentación del sistema de instante en instante.

Un tercer aspecto es el de la dialgicidad o si se prefiere el carácter dialéctico del modelo autopoietico. La doble contingencia de la comunicación social conduce forzosamente a la formación de sistemas sociales en cuanto incita la reducción de incertidumbre y en cuanto abre otras elecciones. A diferencia de Parsons para Luhmann el problema de la doble contingencia no necesita ser un consenso de valores preestablecidos, pues en realidad la comunicación misma absorbe el azar, sensibiliza para las casualidades y hasta genera el consenso de valores. En el sistema social se trata, cada vez menos, de un proceso de entendimiento con una realidad creada: del trato con hechos y expectativas, en cuya creación uno mismo ha participado. Este enfoque se distancia así del optimismo de Habermas, rayano en el idealismo.

Por la doble contingencia la autopoiesis actúa, desde el punto de vista temporal, como un acelerador de la construcción del sistema en medios de la multiplicidad de acontecimientos sin un valor seguro de



enlace y a través de las contradicciones y conflictos, inherentes a los cambios estructurales del propio sistema.

Precisamente la contradicción es una articulación inmunizadora de la autoreferencia, que destruye por un momento la pretensión global del sistema de su complejidad ordenada y reducida, y garantiza la capacidad de enlace del proceso comunicativo del sentido (Luhmann 1991: 375).

Hechas estas aclaraciones para precisar las vertientes originales con que es reformulada la relación comunicación y acción social, abordaremos seguidamente la problemática de las mediaciones sociales, fundamental para la comprensión de una sociología de lo vivido.

## 2.2. COMUNICACIÓN Y MEDIACIONES SOCIALES

Una de las consecuencias de este viraje hermeneútico es que la comunicación no se puede observar directamente, sino que es deducida. Y otra que sólo al integrar la comprensión de la acción en el acontecimiento comunicacional, la comunicación se vuelve asimétrica y discontinua.

Fenoménicamente las acciones son más fáciles de reconocer y tratar que la comunicación por la adscripción de la acción a seres humanos concretos, como si para el “agente” de la acción siempre se necesitara de un ser humano completo y de una simetrización temporal de las relaciones sociales (Luhmann 1991: 180).

Esto no es sino una simplificación de las complejidades del acontecer comunicacional. Resulta más sencillo imaginarse las cadenas de

comunicación como cadenas de acción o de hechos, en las cuales una acción permite la otra, si se las puede fijar puntualmente. O sea recurrir a simulacros lineales fáciles de visualizar en un modelo causal.

Pero al introducir el acontecimiento comunicacional en la base con la doble contingencia de alter y ego, capaces de rechazar, tratar de corregir lo comunicado, oponer resistencia a la comprensión, variar de temporalidades, etc. saltan las complejidades del acontecer comunicacional plero.

Si bien con ayuda de las puntualizaciones de la acción y asimetrización se marcan la irreversibilidad del tiempo y se ordenan cronológicamente los acontecimientos de modo que los enlaces adquieran contornos perceptibles, debe presuponerse para ello el contexto comunicador de la acción y su mediación total.

La misma continuidad de las acciones, o sea su repetibilidad selectiva, propia de las formaciones estructuradas, se basa, a su vez, en que las acciones—intencionalmente o en contra de su voluntad— tienen el valor comunicativo, requerido para la reproducción social, es decir producción de lo producido.

Ahora bien ¿cómo es posible que ambas acción y comunicación operen en conjunto para hacer posible la reproducción? En otras palabras ¿cómo entender las mediaciones comunicativas propias de los sistemas sociales?

En el estudio "Hacia una Sociología de lo Vivido" Víctor Córdova al definir el contexto sociosimbólico subraya la importancia central de una teoría de las mediaciones, insuficientemente desarrollada en las ciencias sociales, para la comprensión de la experiencia vivida a través de los distintos espacios de mediación (Córdova 1992).

A su juicio las propuestas más consistentes de Franco Crespi y Manuel Martín Serrano adolecerían o bien de un sentido filosófico muy general o al contrario de un sesgo reductivo hacia las relaciones mediáticas.

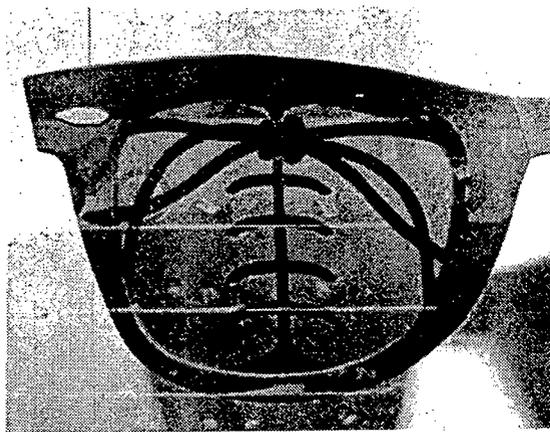
Compartimos estas observaciones críticas, pues, en efecto Crespi no va más allá de la consideración de que la mediación simbólica es una función esencial del orden social y se constituye como forma cultural (representaciones, normas, instituciones, etc.), prioritariamente por el lenguaje (Crespi 1983).

A su vez Martín Serrano, más preocupado por el papel de los "medios" en el capitalismo monopolístico, centra principalmente su teoría en la oposición marxiana de valor de uso y de cambio, y aplica el análisis a las instituciones mediadoras, sobre todo a la televisión, que reifican los procesos sociales y que están a su vez mediados por el mercado—valor de cambio— como legitimador funcional de todos los intercambios (Martín Serrano 1977).

En otra perspectiva más cercana a la sociología de lo vivido Córdova alude también al aporte de Ferrarotti, quien orienta más bien su esfuerzo al establecimiento de los "espacios de mediación", como camino heurístico para articular el método biográfico y el análisis social. De hecho focaliza su atención en los contextos intermedios de los grupos primarios, donde se inicia la socialización (Ferrarotti: 1983).

Hemos considerado necesaria esta breve síntesis del estado de la cuestión, ya que nos permite visualizar el rango de los y los límites de las teorías de la mediación social, manejadas en nuestro ámbito, así como detectar la posible originalidad de la propuesta luhmaniana.

En el horizonte de los logros evolutivos, el éxito de la comunicación parece extremadamente improbable, pues presupone seres vivos autónomos con su entorno propio y procesador de información. Dada la separación e individualización de los cuerpos y conciencias de las personas, hace improbable que ego entienda lo que pretende alter, sobre todo cuando el sentido sólo puede ser entendido en su relación con el contexto, y como contexto funge primero para cada quien lo que presenta su propio campo de percepción y su propia memoria. Y esto sin conside-



rar el papel de los malentendidos inherentes a todos los procesos de comprensión.

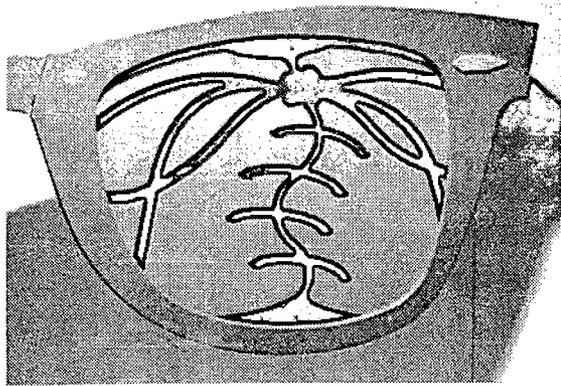
A esta primera improbabilidad se suma otra segunda de la accesibilidad de los destinatarios, una vez superados los límites espacio-temporales del sistema de interacción, cuyas reglas ya no tienen la fuerza situacional.

Por fin otra tercera improbabilidad es la del éxito, pues, aun cuando una comunicación sea comprendida no se asegura automáticamente su aceptación y además queda abierto el contrasentido.

¿Cómo se resuelven estas improbabilidades de forma que se ponga en marcha un sistema y se transforme lo improbable en probable? La repuesta de Luhmann apunta a los "medios", entendidos como logros evolutivos que arrancan en estos puntos de ruptura de la comunicación y sirven funcionalmente para la reproducción del sistema. Adviértase que, a pesar del peligro de la ambigüedad semántica del término "medios", usado sobre todo en investigación referente a comunicación de masas y empleado también por Parsons en su teoría de la mediación del intercambio, opta por reconceptualizar el mismo vocablo.

En correspondencia con las tres clases de improbabilidad susodichas diferencia tres medios que se posibilitan mutuamente y a la vez se limitan y cargan con problemas sucesivos: el lenguaje, los medios de comunicación y los medios de comunicación simbólicamente generalizados.

En primer lugar: "El medio que intensifica la comprensión de la comunicación más allá de lo percepti-



ble –afirmará Luhmann– es el lenguaje” (Luhmann 1991: 171). Obviamos ahora la complejidad de los problemas de significación, y comunicación, propios de la semántica y pragmática, que Luhmann tematiza en torno a la constitución del sentido, para señalar que el lenguaje es una técnica de técnicas muy especial para ampliar prácticamente al infinito el repertorio de la comunicación comprensible, ya que cualquier acontecimiento puede aparecer y ser trabajado como información. A mi juicio esta propuesta es compatible con la tradición teórica que va de Cassirer a Cresspi.

A su vez las improbabilidades concernientes a la accesibilidad más allá de los límites de la interacción simbólica han sido respondidas en la evolución sociocultural por el desarrollo de los medios de comunicación. Este segundo conjunto de medios que se basan en el lenguaje (escritura, impresión, telecomunicaciones) y expanden sus propias posibilidades de conservación, comparación y mejoramiento a través de estandarizaciones propias, incluye, a mi entender, tanto procedimientos de codificación como de canalización y conservación.

Tal extensión espacio-temporal sobre la tradición oral, sujeta a los límites de la interacción y de la memoria, ha expandido y a la vez limitado los márgenes de probabilidad e improbabilidad de la comprensión.

Por fin la garantía de un probable éxito en el proceso comunicativo se ha debido a la función desarrollada por los medios de comunicación simbólicamente generalizados.

Este concepto incitado por Tal-

mación de los medios, y necesaria analíticamente para la relación de intercambio entre subsistemas del sistema general de la acción, es reinterpretada por Luhmann para referirse a los procesos sociales en general:

*“Denominaremos ‘simbólicamente generalizados’ a aquellos medios que utilizan generalizaciones para simbolizar la relación entre selección y motivación, es decir para representarla como unidad. Ejemplos importantes son: verdad, amor, propiedad/dinero, poder/derecho; hasta cierto punto también fe religiosa, arte y actualmente, quizás ‘valores básicos’ civilizatoriamente estandarizados” (Luhmann 1991: 173).*

A su juicio la comunicación más exitosa se realiza en la sociedad actual mediante tales medios de comunicación simbólicamente generalizados por su capacidad de condicionar la selección de la comunicación y su carácter integrador de los demás medios.

Esta síntesis sobre las mediaciones comunicacionales posee, a mi juicio, el doble mérito de articular el movimiento de la conciencia en forma de lenguaje hacia las siguientes representaciones, y a la vez dejar asentado que ninguna conciencia es absorbida por la comunicación, ni viceversa. Solamente de esta forma es posible comprender el contexto de reproducción respectivo como un acontecimiento continuo que lleva a la unidad.

Esta triple mediación aumenta los rendimientos del procesamiento informativo que puede aportar la comunicación social y en el nivel de los sistemas sociales fundamenta un proceso extremadamente autopoietico que produce por sí mismo aquello que lo hace posible.

En fin para que los acontecimientos comunicacionales elementales se ordenen en procesos de una selectividad ordenada y diferenciada se requiere de una condición previa que sirve mediador entre interacción y lenguaje. Este requerimiento es el de la cultura, que sirve de provisión de

posibles temas listos para su entrada súbita y rápidamente comprensible en procesos comunicacionales concretos.

La diferencia entre temas, almacenados especialmente par fines comunicativos y aportaciones desplegadas en situaciones determinadas de interacción, sigue siendo fundamental, pues aquéllas fungen como generalizaciones en la medida en que no determinan cuáles aportaciones serán otorgadas, ni cuándo, ni en qué orden y por quién, y éstos actualizan las relaciones de los sentidos particulares de la comunicación.

No es extraño que Luhmann aluda precisamente al tópico de la moralidad en Durkheim a propósito de las tematizaciones, pues según el grado de libertad que respecto de la moral sea permitida por la sociedad, la moral puede servir más bien para el fortalecimiento de la solidaridad o para acentuar la crítica, el distanciamiento y los conflictos. Esta es una ilustración que patentiza cómo en la perspectiva comunicacional los temas, que representan opciones sociales, al igual que la aportaciones son susceptibles de acogida o rechazo.

Considero, sin embargo, imprescindible añadir un componente a la modelización de Luhmann, más sensible a las cuestiones de la semántica lingüística que a las de la pragmática. Como ha mostrado la pragmática actual la conformidad del contenido proposiciones con el estado de cosas, que implica a todo el sistema interpretativo de la acción social, no se basa en la autoverificación sino únicamente en el consentimiento de los participantes en la comunicación y en el crédito atribuido a dicho contenido por la comunidad lingüística o una de sus partes. Esta afirmación cobra especial relevancia en la acción social con implicaciones axiológicas (Berrendonner 1987: 94).

De ahí se deriva una consecuencia capital para la comprensión de las asimetrías de la interacción simbólica y la acción social global y es que la puesta en vigor de las representaciones colectivas y de los correspondientes modelos argumentativos está subordinada a la existen-

cia de relaciones institucionales de poder. Nos parece más coherente con una teoría social de la comunicación ubicar en esta fase mediadora y no en la intencionalidad o las actitudes subjetivas de los actores la demarcación entre acciones instrumentales, estratégicas o de otro orden.

Esta corrección es oportuna por el idealismo en que se pueden deslizar los enfoques de Habermas y Luhmann al privilegiar la dimensión comunicativa bajo un paradigma ceñido al aspecto meramente simbólico y a una morfología ideal de la reciprocidad simétrica.

La sustitución de un hacer por el decir, si queremos mantener la diferencia, propugnada por Austin y Searle, entre actos locutorios, ilocutorios o perlocutorios, o contrastar los actos ejecutivos y expresivos en la nomenclatura de Martín Serrano, no es practicable si no existen ciertas garantías. Tales garantías no se encuentran el lenguaje por sí mismo o en los símbolos generalizados, sino en las instituciones con poder normativo, que someten mutuamente a los individuos a determinadas prácticas con sus esquemas interpretativos y operativos bajo pena de sanciones. Y para tal institucionalización de pautas no se requieren necesariamente organismos administrativos, pues basta con un poder mutuamente ejercido y aceptado por los participantes en los actos que garantice la preservación de un resultado.

### 2.3. ACONTECER SOCIAL Y PROGRAMAS NARRATIVOS

A pesar de que los sistemas síquicos y sociales no pueden ser reducidos uno al otro con respecto a la cerradura autoreferencial ambos utilizan la noción de acontecimiento para referirse a las operaciones de la conciencia o la comunicación respectivamente.

Por otra parte tampoco puede desvincularse semánticamente la acción del acontecimiento. Este último concepto de carácter primitivo constituye en lenguaje sistémico una autoreferencia basal, que denota tanto



la experiencia del fluir interno de los estados de conciencia como de la sucesión de los hechos externos, marcadas por la clásica diferenciación entre campo subjetivo y objetivo.

De acuerdo a las descripciones fenomenológicas no existe uniformidad entre los diversos modos y niveles de acontecimiento, ya que cada uno presenta su estructura propia según el sistema de adscripción semántica y de contextualización pragmática.

En el nivel más genérico el acontecimiento apunta a cualquier suceso de actualidad momentánea, fugaz y contingente, y connota la indeterminación temporal hacia el futuro y la ambigüedad informal de sentido necesitada de vectorializarse.

La autopoiesis referencial imprime a todo acontecimiento una dirección de trayectoria y una subordinación dinámica a conjuntos pragmáticos superiores, acontecimientos de acontecimientos cada vez más complejos, ya que entre éstos no se da la distinción excluyente y rígida que media entre las cosas (Cencillo 1970: 373).

Según el teorema de la doble contingencia las distintas autodescripciones según las interacciones tenderán a dar otras tantas interpretaciones episódicas, aunque siempre en el flujo de la continuidad de la conciencia y la comunicación, que configuran la unidad. Tal unidad se sostiene por la autopoiesis que genera y/o regenera recursivamente sus estructuras. Porque la unidad no está dada de antemano como individuo, sustancia o idea de la propia operación, sino tiene que efectuarse rela-

cionando elementos o acontecimientos puntuales. A su vez la puntualización temporal de los elementos y/o acontecimientos sólo es posible en el marco relacional de los cambios de elementos y de las transformaciones estructurales, sometidas a la dimensión del tiempo.

En este sentido el concepto de estructura es un concepto complementario de la propiedad contingencial de los acontecimientos en sus elementos y designa una condición de la posibilidad de la autoreferencia básica y de la reproducción autoreferencial del sistema. Si los acontecimientos representan en el sistema la irreversibilidad del tiempo, la reversibilidad se logra por la formación de estructuras.

La manifestación de los acontecimientos de la conciencia y su estructuración se efectúa por la mediación del lenguaje. El discurso sobre la conciencia se visibiliza en las mismas secuencias lingüísticas, que operan como medio de articulación entre el sistema síquico (conciencia) y el de la acción (comunicación). A pesar de que el rango de correspondencias posibles entre conciencia y comunicación proviene del lenguaje, nunca el curso de la conciencia resulta idéntico a la forma lingüística, ni siquiera por medio de la aplicación de reglas lingüísticas (Luhmann 1991: 277).

Ello no obsta para que se hable de la capacidad de formación de episodios en la conciencia en forma secuencial, recurriendo a artefactos teóricos que provienen de la mediación de la comunicación y de la acción. Tales artefactos no dejan de ser más que una proyección lingüística que permite comunicarse sobre los estados de conciencia intransferibles del sistema síquico.

Un procedimiento semejante se emplea en la descripción de los elementos temporalizados (acontecimientos, acciones...) en el discurso social. Ante el problema de la complejidad incomprensible de lo concreto y su discontinuidad temporal, la pregunta central ya no es ¿cómo ha surgido este o aquel estado concreto, sino más bien cómo es posible

realizar las autoobservaciones y configurar las autodescripciones para llegar a la reflexión abstracta, que intenta sobrevivir a lo efímero por la comunicación.

En esta conceptualización todo suceso se reproduce con horizonte de futuro: "así sucesivamente", desde la totalidad de la conciencia en el sistema síquico y desde la totalidad de la comunicación en el sistema social.

Ahondando más en la dimensión social, Luhmann describe la sociedad y la interacción como dos sistemas distintos. Mientras la sociedad garantiza el sentido autoreferencial de acontecimientos comunicacionales, es decir capacidad de inicio y finalización a cada interacción, la formación de episodios corresponde a los sistemas de interacción, enlazados por la comunicación.

Sólo cuando la interacción se comprende como un episodio social produce la diferencia que contribuye al surgimiento de la sociedad. Es decir los episodios referidos a personas, cosas o sucesos se constituyen en acontecimientos o eventos sociales cuando las interacciones son redimensionadas a nivel de la sociedad. Valga argumentar que el horizonte de la vivencia y de la acción plena de sentido siempre excede a los presentes en una interacción y que ninguna sociedad es absorbida por un solo sistema de interacción o la simple totalidad anárquica de interacciones.

Esta paradoja la aclara Luhmann por la diferencia entre dimensión social y sistema social:

*"La acción es acción social siempre y cuando en su determinación de sentido se considera la dimensión social; es decir, si se toma en cuenta lo que los demás están pensando acerca de ella. La acción, además, sólo es acción social global si se intenta y se experimenta como comunicación, porque sólo así ésta puede correalizar el sistema social de la sociedad"* (Luhmann 1991: 425).

Consideramos particularmente fértil este reenfoque porque además



de marcar los límites del interaccionismo simbólico abre pistas útiles para una teoría social de lo vivido, capaz de integrar las lecturas socioestructurales y sociosimbólicas de acuerdo al tipo de autodescripción seleccionada. Corrige además la idea de que toda acción social se desarrolla como interacción y admite que puede existir acción social libre de interacción. De hecho una autobiografía asistida o no admite este giro, porque, a fin de cuentas, los hombres pueden actuar también sin la presencia de otros y pueden dar a su acción un sentido que para ellos —o para un posible observador— se refiere a la sociedad.

El descubrimiento de los medios de comunicación, más allá de la interacción oral —por ejemplo escritura e imprenta— no sólo extendieron la comunicación social, sino que potenciaron la posibilidad de retirarse del sistema de interacción y a la vez comunicarse socialmente. Por eso, al instaurarse progresivamente, un campo más amplio de acción social, libre de interacción por medio de las técnicas de comunicación de masas, cada vez son más inadecuadas las teorías que pretenden entender a la sociedad como comercio, intercambio, danza, contrato, cadena, teatro o discurso.

Tampoco, según Luhmann, la sustitución con ideas abstractas de los conceptos dotados de referencias concretas a lo individualmente experimentable, como cuando se habla de universales concretos, resuelve plausiblemente la diferencia entre interacción y sociedad. A mi juicio, al llegar a este límite, no desarrolla

suficientemente las consecuencias de sus premisas.

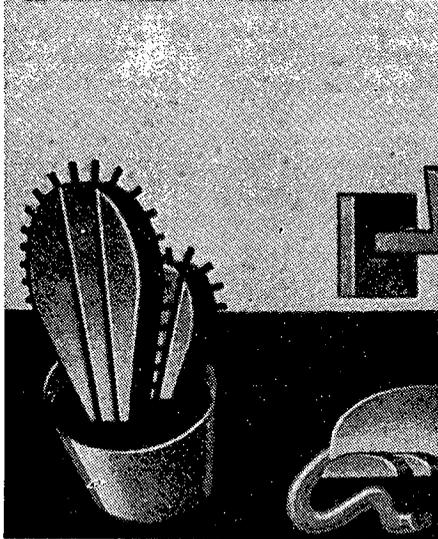
Si, en efecto, Luhmann considera que el lenguaje es un medio apto para interpenetrar el sistema síquico y el sistema social, cabe buscar otra mediación por la que sean interpenetrables el sistema de interacción y el sistema de la sociedad. Luhmann, siempre más atento a la dimensión "semántica" que "pragmática", no tiene en cuenta los artefactos socio-semióticos, tanto paralingüísticos como discursivos, que buscan directa o indirectamente articular las interacciones con la praxis social y posibilitan la representación de la acción social colectiva (Ricoeur 1987).

Cabe concebir, a nuestro parecer, un conjunto de "mediaciones simbólicas de la acción" que posibilitan la relación con la razón práctica a través de los programas de acción institucionalizados y de los correspondientes discursos socio-narrativos. Precisamente a través de ellos se configurarían y operarían los "medios de comunicación simbólicamente generalizados".

La autopoiesis de la sociedad se orienta en sus selecciones por la programación de las acciones que consolidan lo correcto de la acción mediante las condiciones que deben suponerse o las consecuencias que deben alcanzarse, o mediante ambas. Y tal programación para ser comunicada recurre a guiones narrativos.

Las tramas de las narraciones son representaciones sociales de los programas de acción con su red conceptual de fines, agentes, motivos, circunstancias y resultados, que vectorializan al sistema autoreferencial. La lógica de los posibles narrativos no es más que la lógica de la acción que la cultura recoge como tramas-tipo (Bremont 1973; Ricoeur 1987: 20).

Deconstruyamos tan sólo la misma noción de acontecer social o de evento social, básico para la descripción de cualquier experiencia de lo vivido o para la construcción de una teoría social. El evento social solamente se concibe como la acción del sujeto —atribución causal singular de



carácter individual o colectivo-, en tanto en cuanto ha sido reconocida e interpretada por un sujeto cognoscitivo distinto del hacer, y, asimismo, puede ser el actante observador instalado en el discurso (cf. el testigo) o el narrador, delegado del enunciador (el historiador, sociólogo o antropólogo, por ejemplo).

Esta observación semiótico-narrativa nos parece tanto más necesaria cuanto que algunos científicos positivistas, y entre ellos bastantes científicos sociales, utilizan el término "evento" como si designase un dato simple y, por decirlo así, "natural", cuando por el contrario el evento es una configuración discursiva y no una unidad narrativa simple y originaria, independiente de un programa o de un relato (Greimas-Courtés 1982: 166).

Al describir una sucesión de eventos, es decir narrar secuencialmente, organizamos unos datos reducidos de acuerdo a una perspectiva autoreferencial, hacemos comprensibles unos hechos dentro de cierta racionalidad teleológica y/o explicamos cadenas de acciones bajo la lógica de la causalidad. Los argumentos entran a tomar parte del programa como fuerzas que se dirigen hacia una u otra secuencia alternativa. Este proceso hermenéutico, a diferencia de otros, presupone que una comprensión mayor conlleva a una explicación mejor y que los cursos de acción alternativas de los actores sociales pueden exigir complementariamente supuestos sociales y psicológicos, que sirvan para explicar los motivos y expectativas de la acción (Hechter 1992: 331).

Por otra parte gracias a la narratividad se interpenetran la dimensión cognoscitiva, que remite al sistema síquico, y la dimensión pragmática, que establece los enlaces comunicativos en la dimensión social. La imbricación de códigos heterogéneos en la discursividad narrativa de las lenguas naturales, que va acompañada de componentes no verbales, y su extrapolación en otros lenguajes regulados, que representan las prácticas sociales, hace posible articular el sistema de las interacciones simbólicas con el sistema de la sociedad.

Nuestra divergencia con Luhmann estriba en que las diferencias entre sistema síquico y sistema social o entre sociedad e interacción, válidas para establecer pertinencias disciplinares o niveles analíticos, resultan insuficientes para explicar los fenómenos complejos de mediación simbólica generalizada. El funcionamiento de éstos medios no solamente supone como condición los sistemas síquicos y las interacciones simbólicas, sino que requiere de mecanismos configuradores de programas para producir acciones sociales globales, como ocurre con los mitos, las ideologías y utopías.

#### 2.4. MITO, IDEOLOGÍA Y UTOPIA

Tanto el discurso cotidiano sobre el acontecer social como el discurso reflexivo sobre la acción social no escapan a las mediaciones lingüísticas a pesar de las múltiples diferenciaciones analíticas. A través de una reducción regresiva hemos visto cómo la configuración de los agentes por atribución causal singular y la configuración del acontecer social remiten a los sustratos simbólicos del lenguaje natural (Aguirre 1993).

Los límites del intento de reducción de lo discursivo a lo formal, han sido claramente expuestos por Gödel en su teorema de la incompletitud, según el cual el proyecto de axiomatización de un lenguaje, así sea lógico-científico, no se puede

realizar completamente, existiendo siempre la necesidad de recurrir a un metalenguaje fundante (Ladrière 1972).

El metalenguaje de las ciencias sociales no sería desde el punto de vista de la pragmática sino una ilusión lógica, porque no hay nombres de nombres, sino solamente nombres de gestos, de acontecimientos, de cosas (Berrendoner 1987: 110). En los análisis de los sistemas sociales hay que partir del hecho de que todos los procesos son de comunicación y que toda reflexividad, aun la más formal, se realiza necesariamente como comunicación acerca de la comunicación y bajo unos denominadores simbólicos compartidos. O sea que la autoreferencia necesaria a toda autopoiesis es sólo autoreferencia participante.

Las últimas entidades ser, verdad, dios, naturaleza, energía, más del gusto de las filosofías trascendentes (Subirats 1991) o las relaciones orden, evolución, progreso, movimiento, historia, adoptadas por concepciones sistémicas o dialécticas, no expresan sino símbolos fundantes, generadores de los relatos que subyacen a los discursos sociales (Balandier 1989).

Dejemos ahora de lado las consecuencias filosóficas de este viraje hermenéutico, alentado por Nietzsche y radicalizado últimamente por corrientes postmodernas, para poner en el foco de nuestra atención sus implicaciones sobre los discursos sociales y sus contextos interpretativos. (Kolakowski 1990; Garagalza 1990).

Nuestra tesis afirma que los **mediadores simbólicos de pertenencia social**, que posibilitan la articulación de los demás planos de mediación (lenguaje, medios de comunicación, medios de generalización simbólica) se configuran bajo las tramas y/o programas narrativos de los mitos, las ideologías y las utopías. Los mecanismos de mitización, ideologización y utopización, que estructuran imaginarios sociales, constituyen procesos comunicativos propios de todas las sociedades, cuya función es dar inteligibilidad global

al universo y poner orden en la sociedad. Su estatuto por el modo de producción, por la lógica, la autoridad y la inscripción en el tiempo es diverso al relato científico, aunque éste no escape sino parentéticamente a ellos, como dijimos al hablar del meta-lenguaje científico.

Consideramos conveniente precisar el sentido con que empleamos tales términos, pues hay usos ilustrados, que establecen la ruptura epistemológica entre la ciencia y el pensamiento mágico (mítico-ideológico-utópico), y otros asumidos en la post-ilustración que reducen los tres procedimientos al llamado pensamiento mítico, sustrato de toda mediación simbólica. Pretendemos superar estas antinomias.

En nuestra perspectiva teórica no hay constitución y estructuración de la sociedad sin imaginario social y sin sus correspondientes representaciones colectivas. Estas representaciones responden a funcionalidades diversas y por ello se configuran bajo modelos distintos, como explicaremos a continuación.

La presencia del mito responde a necesidades de estructuración de la conciencia personal y de la comunicación unitaria. Se instaura con el fenómeno del sentido en el centro de la intención bajo la forma de un excedente de referencias en su afán de rebasar la contingencia, pues la facticidad pura no confiere la última seguridad de enlace ni a la conciencia, ni a la comunicación.

Gracias a los mitos de la identidad del yo y de la identidad social, la vivencia personal y la acción social global cuentan con un dispositivo de redundancias que imprimen seguridad a la pervivencia personal y a la convivencia social. Por las reglas recursivas de la identificación se pueden abrir al horizonte del mundo, de lo real –presuntamente real–, de lo posible –lo condicionadamente real– y lo negativo -lo irreal, lo imposible–, sin agotarse, ni perderse, y regresar al punto de partida para escoger otro camino.

La mitización no es sino esta operación recursiva de vuelta al origen incondicional o último sentido

para cada sistema autoreferencial. El sentido siempre remite al sentido y hasta la posibilidad de la negación sólo puede ser utilizada con sentido, a no ser que se trate de la aniquilación por una instancia externa.

La aprehensión social de este resultado como efectuación simbólica de carácter entitativo (ser, fuente, substancia, organismo) o de carácter dinámico (movimiento, río, cambio, metamorfosis), es una cuestión de procesamiento semántico que ya no corresponde al estado de cosas. En cada cultura la unidad de los elementos metaforizados por un “como si” se semantiza por la diferencia y la identidad introducidas entre actualidad y posibilidad. De ahí que sean posibles múltiples encarnaciones de sentido según distintas configuraciones de la experiencia cultural (Durand 1971: 124; Ricoeur 1987).

Los mitos culturales surgen restableciendo el equilibrio vital comprometido por la irrupción permanente de la contingencia y la comprensión de la muerte, y posteriormente son utilizados para restablecer el equilibrio social. Las tradiciones, la historia y hasta la misma sociología son fabulaciones para mantener vivas las sociedades frente a los procesos entrópicos:

*“La razón y la ciencia sólo vinculan a los hombres con las cosas, pero lo que une a los hombres entre sí, en el humilde nivel de las dichas y penas cotidianas de la especie humana, es esta representación afectiva para ser vivida, que constituye el reino de las imágenes” (Durand 1971: 133).*

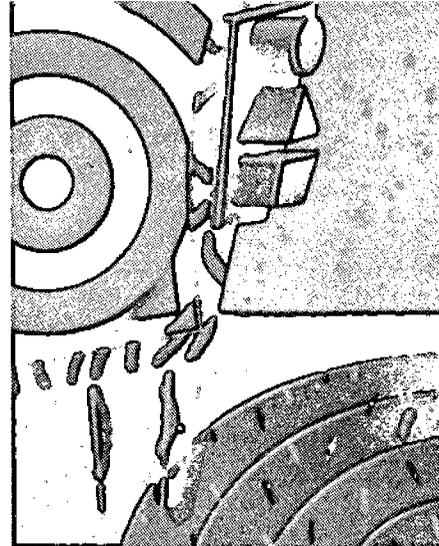
Los mitos nos reconcilian con las culturas del pasado porque “la teoría electrónica, las hipótesis sobre la expansión del universo, no están ‘mejor hechas’ que un mito de emergencia zufi o que la parábola del grano de mostaza. Simplemente, se aplican a dos objetos diferentes” (ibid.: 135). En la evolución sociocultural los ritos y los mitos como discursos narrativos de los orígenes representaban un saber colectivo fundacional socialmente disponible que se desplegaba en todas las esferas. Y pro-



porcionaban un consenso normativo básico para la cooperación colectiva y un sentido de identidad social. Paradójicamente las sociedades iluministas, se basan a su vez en otras mitologizaciones globales como las de la evolución y el progreso, y tienden a generar mitos fragmentarios según diversas esferas de valor o tratan de refundar nuevos mitos (Eliade 1961; 1968).

La tesis de la pérdida de sentido y de la anomia cultural postmoderna, derivada de la caída de los metarelatos, correspondería a un cambio en los equivalentes funcionales, pues hasta el “sin sentido” cobra sentido autoreferencial (Kolakowski 1990). El pensamiento ilustrado confundió la desmitificación –desmitologización de los relatos etiológicos– con la desmitización –destrucción del sustrato mítico–, pero terminó mitologizando la realidad. Y hoy las sociedades modernas cuentan con unos gigantes medios de remitización y difusión para sostener la esperanza de la especie en plena época de fragmentación de sentidos, descomposición de metarelatos y desterritorialización del mundo de la vida.

Antes de seguir adelante consideramos importante una aclaratoria sobre la relación mito-historia, crucial para una sociología de lo vivido y para el método biográfico e historias de lo vivido. La oposición relato histórico versus mito, o no-ficción versus ficción, no deja de ser a menudo una operación ingenua cuando se pretenden marcar límites absolutos. De hecho tal discriminación no concierne a la actividad estructural-



dora implicada en las formas narrativas en cuanto tales, sino a la pretensión de verdad y al tipo de comprobación demandado. La ingenuidad del método historiográfico, que pretende una superación absoluta entre mito e historia, radica en la suposición de que la memoria no es sospechosa de falsificación y de que la proximidad del evento o del testimonio garantizan la verdad. Pero ya hemos advertido anteriormente el carácter constructivo de los eventos y la insuficiencia de la facticidad para interpretar y comprender su sentido en el nivel de la interacción simbólica y más aún en el de la sociedad.

En una situación concreta, propia de la interacción simbólica, los datos fácticos son aún contrastables entre los participantes, si bien no siempre se da el consenso en la dinámica de comunicación. Al pasar de la perspectiva de la interacción simbólica a la de la sociedad, los parámetros de una presunta objetividad son desplazados por los criterios de verosimilitud. Las representaciones sociales, en este caso los mitos, se reducen a estructuras simbólicas de carácter hipotético o a esquemas de acción probable. La diferencia entre memoria oral o escrita, muy vinculada a la oposición historia y mito, no anula el estatuto constructivo, es decir selectivo e interesado de toda narración.

Si hemos de optar por la posibilidad de la comunicación social más allá de las interacciones simbólicas directas hacia la sociedad global y con las referencias a la distensión temporal pasado-futuro, la consecuencia obvia es que ni los mitos, en el sentido anteriormente definido, ni el discurso histórico, ni las representaciones colectivas son arbitrarias en la medida en que responden a una necesidad que se nos escapa, la necesidad de imprimir el sello del orden sobre el caos, del sentido sobre el no-sentido, de la concordancia sobre la discordancia (Ricoeur 1987 c).

No es suficiente la diferencia entre cultura letrada y no letrada para eximir de sospecha constructiva al relato escrito, así sea histórica o so-

ciológicamente asistido. En último término la experiencia de ambos procedimientos se reduce al recuerdo y a los juegos de una memoria selectiva, sea personal o colectiva (Córdova 1992: 213).

Sin embargo en el pensamiento ilustrado, a cuya sombra nace la sociología, se ensanchó la ruptura entre el mito y la historia bajo el criterio de la cientificidad, aunque dicho sea de paso las funciones míticas tuvieron su equivalente en las ideologías. Con razón afirma Lévi Strauss que: "nada se asemeja más al pensamiento mítico que la ideología política. Tal vez ésta no ha hecho más que reemplazar a aquél en nuestras sociedades contemporáneas (Lévi Strauss 1968: 189).

Por eso, aun desencantado el mundo moderno, en expresión weberiana, y secularizadas las instancias del ordenamiento social (política, economía, etc.) sigue perdurando el mito de la vida ("mundo de la vida") como sedimento de una experiencia cultural. Sobre su comprensión y despliegue se configuran conjuntos de significaciones sociales que articulan guiones de respuestas a problemas existenciales básicos: origen, identidad, tragedia, muerte, etc. sin que puedan ser reducidos a meros requerimientos funcionales de orden político, administrativo o disciplinario (Berriain 1990: 240).

La modernidad, cuando ha negado la mitización de acuerdo a la racionalidad científica o burocrática, ha buscado inconfesadamente el equivalente funcional en las ideologías y/o utopías. Hoy entendemos que la divergencia que trató de establecer la ilustración entre mito y ciencia, no difirió mucho del intento marxiano de radicalizar la oposición ciencia versus utopía. En ambos casos, renegando de la mitización, se denostó de ideologías y utopías, si bien ante la fascinación racionalista faltó distancia para no dejarse seducir por el mito futuro del "progreso" o las utopías "científicamente" encubiertas.

En el revisionismo marxista la noción de utopía corrió con una mejor suerte y la Escuela de Frankfurt con

Herbert Marcuse y otros epígonos del estilo de Ernst Bloch, revalorizarán su función. Hoy con el nuevo viraje hermeneúico y la plausibilidad de las teorías sobre los imaginarios colectivos, los mitos fundacionales del pasado y del futuro, como prefieren llamar algunos a las utopías, o sus equivalentes funcionales plasmados en ideologías, son reconocidos como representaciones colectivas, instituidas-instituyentes, que posibilitan la acción social global y su proyección en el tiempo.

Si la mediación de las representaciones míticas encuentra su relación con la razón práctica por la autentificación que remite al origen o al sentido incondicional, la ideología y la utopía operan actualizando el sentido presente y proyectando el futuro. El tiempo obliga a distinguir entre sentido e información y ahí radica simultáneamente la consonancia y diferenciación de los artefactos simbólicos mencionados. Por una parte la antropología muestra cómo la reproducción simbólica de la sociedad se efectúa por la transformación de las informaciones que provocan incertidumbre, en eventos mediados por los artefactos míticos, ideológicos y utópicos, que suministran reglas de ordenamiento. Por otra parte un análisis histórico de la evolución sociocultural nos permite diferenciar entre diversos tipos de discursos sacionarrativos, correspondientes a la triple dimensión temporal.

La distinción no es meramente de razón, pues pueden comprobarse empíricamente las marcas específicas de estos discursos sacionarrativos



por la referencia a distintas temporalidades—pasado, presente, futuro—y por los dispositivos expresivos empleados. Así la fundación del sentido de los acontecimientos realizada por la mitización nos remite al pasado o a un origen incondicional; la legitimación de los eventos y estados de cosas por la racionalización ideológica se argumenta desde el presente y el estado de vigencias; y, finalmente, la motivación de las expectativas por la justificación utópica se proyecta imaginativamente al futuro.

La evaluación de estos discursos por el expediente de la falsa conciencia y el enmascaramiento no da razón suficiente de su funcionalidad social, siendo así que el conjunto de representaciones colectivas y sus correspondientes reglas de producción-reproducción necesarias para la integración social, es lo que define a la ideología. Sintéticamente la ideología sirve para la legitimación de “lo que es” y, en términos de relaciones institucionales de poder legitima la autoridad presente.

En esta concepción, divergente de la marxiana, la relación de representación y práctica es de conjunción. Según Ricoeur por reducción regresiva del discurso de la acción tiene que haber un lenguaje de la vida real, previo a la ideología, el discurso de la praxis y de la estructura simbólica de la acción, que a su vez permita entender la ideología como deformación (Ricoeur 1989). Sólo así es posible plantear en qué sentido—revelador o encubridor—las ideologías reducen la disonancia entre los modelos y los actos, tal como plantean Crespi, Martín Serrano, y

Ferrarotti a propósito de las mediaciones sociales.

La función de la ideología sería la de preservar la identidad social, integrar a un colectivo y legitimar la autoridad. Tal legitimación, comunicacionalmente construida, se vincula a un paradigma de motivación y no de causalidad. Antitéticamente la función de la utopía correspondería a una exploración de lo posible, a una variación imaginativa de las estructuras vigentes y a un desafío de la autoridad. Esta tensión cobra sentido en la perspectiva teleológica que correlaciona expectativas y valores.

Ambas modalidades, sin embargo, evaluativamente consideradas, son ambiguas y susceptibles de deformaciones. La primera por el conspecto del encubrimiento, la inversión, la desfiguración, etc. y la segunda por el prospecto de la fuga, la evasión, la desrealización, etc. De ahí que el proceso global no puede escapar de un permanente monitoreo de la comunicación sobre la comunicación, condición ésta imprescindible para la autopoiesis del sistema social.

La dinámica de aperturas y cierres de un sistema puede ser conceptualizado desde esta perspectiva, ya que si la comunicación ideológica es la plusvalía agregada a la falta de creencia en la autoridad, la comunicación utópica es lo que en última instancia desenmascara esta plusvalía. Cuando ésta expone la brecha que se abre entre las pretensiones de autoridad y las creencias de la ciudadanía en cualquier sistema de legitimidad, abre la alternativa de ese poder o una clase alternativa de poder.

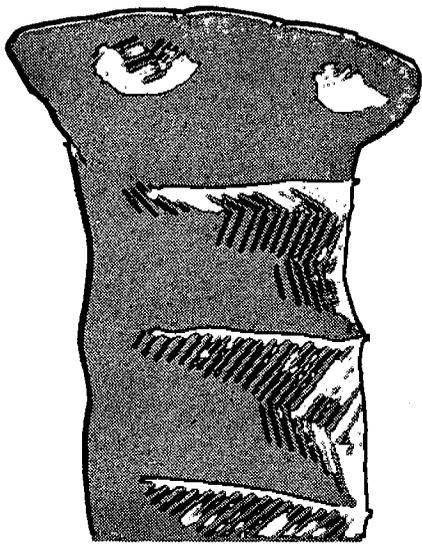
A la luz de este replanteamiento sobre las representaciones sociales y la configuración del acontecer social, la validez de una “Sociología de lo vivido” radica no tanto en el análisis de cómo los intereses de la clase dominante pueden transformarse en ideas rectores de la sociedad, sino en cómo las personas a través de sus interacciones apuestan en favor de una serie de valores, mediados por programas míticos, ideológicos y utópicos, por la regeneración de sus

fundamentos, la evaluación crítica de las legitimaciones y la verificación de las expectativas.

Hoy el sentido de historicidad, impuesto por el vértigo de los acontecimientos diarios que nos sumergen en la incertidumbre, no puede esperar a la maduración del tiempo más largo del libro y del informe investigativo, y menos aún en una cultura a horcajadas entre tradición y modernidad. Los mismos medios de comunicación nos ofrecen aceleradamente paradigmas para representar e interpretar la realidad. Por otra parte la línea de demarcación entre una historia que construye su ficción documental y los medios de comunicación que cuentan la historia cotidiana ante sus testigos se disuelve progresivamente. Una, intervenida a menudo por un poder oficial, construye su ficción al periodizar acontecimientos, encadenarlas significativamente, configurar secuencias que no están en la realidad, y producir interpretaciones incluso plurales para unas minorías sociales, mientras que la otra con sus propias configuraciones estandarizadas contrasta historias múltiples para millones de ciudadanos.

Las representaciones sociales de los medios de comunicación con sus reglas de renovación rompen cada día la ilusión de que el mundo permanece inmóvil y a la vez aseguran que nada de lo que pase en el mundo escapará a la mediación integradora de los mitos, ideologías y utopías. A través de ellos nos instalamos diariamente en el escenario público de la sociedad; creamos y ordenamos determinadas jerarquías de los acontecimientos; seleccionamos versiones de los hechos; alimentamos los temas de los rituales cotidianos de la conversación y de otros tipos de interacción, superando su estrechez contextual; nos ubicamos en el cruce permanente de lo público y lo privado; reforzamos identificaciones sociales y programas narrativos que posibilitan consensos y disensos globales sobre las agendas públicas.

La configuración narrativa de las representaciones sociales, vehiculada por los medios de comunicación



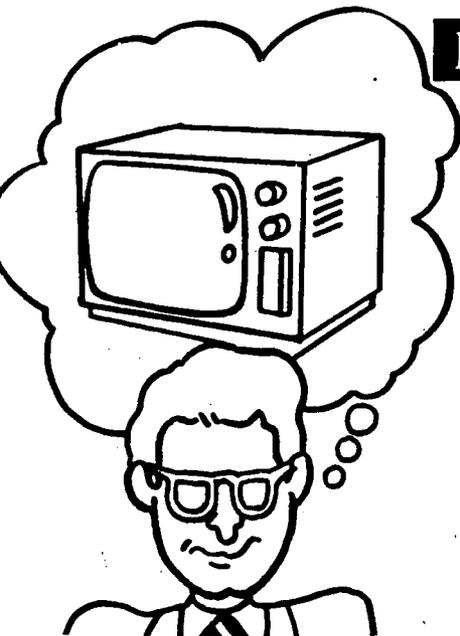
pública, responde así al principio de incertidumbre de los mismos medios, que con su exposición informativa "al instante", corren el riesgo permanente de hundir la sociedad en una gigantesca confusión. La distribución del poder informativo y la intervención en los artefactos de mediación que ajustan las conductas a los modelos sociales se ha vuelto así un problema de alta sensibilidad en unas sociedades, autodenominadas abiertas.

Consecuentes con una concepción autopoietica de la vida, pues no podemos escapar del algún paradigma, hoy nos parece estratégico el reemplazar el énfasis puesto sobre fuerzas estructurales anónimas, entendidas como base de la historia, por una nueva insistencia puesta en las operaciones de personas y grupos concretos que se autorealizan en modos definidos de vida, proyectan colectivamente sus expectativas y procesan creativamente sus estilos.

Afirmar que la acción social está dada por la mediación simbólica o que la ideología es insuperable parece dejar a las personas atrapadas en un círculo inexorable, en las estructuras fatalmente determinadas por nuestra cultura, clase, herencia étnica, nacionalidad, aparatos ideológicos... En definitiva es la legitimación ideológica más perversa para abandonar la sociedad a los poderes fácticos y dimitir de una praxis social responsable ante el mundo, capaz de renovar las fuentes míticas de motivación vital, develar las justificaciones ideológicas y proyectar utopías alternas.

## BIBLIOGRAFIA

- Aguirre, J. M. y Bisbal M. 1981 La ideología como mensaje y masaje. Monte Avila Ed. Caracas.
- (1993a) Pensamiento postilustrado sobre la experiencia mítico-religiosa. Universidad Central de Venezuela, FACES, Caracas.
- (1993b) Las representaciones sociales y su configuración narrativa. I. La configuración de los agentes, Universidad Central de Venezuela, FACES, Caracas.
- Balandier, Georges (1989) El desorden. La teoría del caos y las ciencias sociales, Ed. Gedisa, Barcelona.
- Beriain, Josetxu 1990 Representaciones colectivas y proyecto de modernidad. Ed. Anthropos, Barcelona.
- Berrendoner, Alain (1987) Elementos de la pragmática lingüística, Ed. Gedisa, Buenos Aires.
- Bremond, Claude 1973 Logique du récit, Du Seuil, Paris.
- Cencillo 1970 Mito: semántica y realidad, Ed. BAC, Madrid.
- Crespi, Franco 1983 Médiation symbolique et société, Librairie des Meridiens, Paris.
- Cohen, Ira 1990 Teoría de la estructuración social y praxis. En: Giddens, A. y Tumer, J. La teoría social, hoy. Alianza Editorial, Madrid.
- Córdoba, Víctor 1990 Historias de vida: una metodología alternativa para Ciencias Sociales. Fondo Editorial Tropykos, FACES/UCV. Caracas.
- 1992 Hacia una sociología de los vividos. Universidad Central de Venezuela, Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, Escuela de Economía. Mimeo. Caracas.
- Durand, Gilbert 1971 La imaginación simbólica, Amorrortu Ed. Bs. As.
- Durkheim, E. 1978 Las reglas del método sociológico. Ed. Morata, Madrid.
- 1982 Las formas elementales de la vida religiosa. Madrid.
- Eliade, Mircea 1961 Mitos, sueños y misterios, Compañía General Fabril Editores, Bs. As.
- 1968 Mito y realidad, Ed. Guadarram, Madrid.
- Ferrarotti, Franco 1983 Histoire e histoires de vie, Librairie des Meridiens, Paris.
- 1991 La historia y lo cotidiano, Ed. Península, Madrid.
- Garagalza, Luis 1990 La interpretación de los símbolos. Hermenéutica y lenguaje en la filosofía actual, Ed. Anthropos, Barcelona.
- Gergen, K.S. 1988 Narrative and the Self as Relationship. En: Berkowitz, L. (Ed.) : Advances in Experimental Social Psychology, Vol 21, pp. 17-56.
- Giddens, Anthony 1976 New Rules of Sociological Method. A Positive Critique of Interpretation Sociologies. London : Jutichinson; New York, Basic Books. (En cast. 1987 Nuevas Reglas del Método Sociológico, Ed. Amorrortu, Bs. As.
- 1990 El estructuralismo, el postestructuralismo y la producción de la cultura, en Giddens, A. y Tumer, J. La Teoría Social, hoy. Alianza Editorial, Madrid.
- Greimas, A. J. y Courtés, J. 1982 Semiótica. Diccionario razonado de la teoría del lenguaje, Ed. Gredos, Madrid.
- Habermas, J. 1987 Teoría de la acción comunicativa: I-II. Ed. Taurus, Madrid.
- 1989 Teoría de la acción comunicativa: Complementos y estudios previos, Ed. Cátedra, Madrid.
- Hechter, Michael 1992 La teoría de la opción racional y la sociología histórica. En: La sociología histórica, Revista Internacional de Ciencias Sociales, Septiembre.
- Kolakowski, L 1990 La presencia del mito, Ed. Cátedra, Madrid.
- Ladrière, A. 1972 Las limitaciones internas en los formalismos, Ed. Tecnos, Madrid.
- Levi-Strauss, C. 1987 Antropología estructural. Ed. Paidós, Barcelona.
- 1981 (Ed.) La identidad, Ed. Petrel, Barcelona.
- Luhmann, Niklas 1991 Sistemas Sociales. Lineamientos para una teoría general, Universidad Iberoamericana, Alianza Editorial, Ed. Patria, México.
- Maffesoli, Michel 1990 Identidad e identificación en las sociedades contemporáneas. En: El sujeto europeo, Barcelona.
- Martín Serrano, Manuel 1987 La producción social de la comunicación. Alianza Editorial, Madrid.
- 1977 La mediación social. Akal Editorial, Madrid.
- Marx, K. 1958 La ideología alemana. Pueblo Unidos, Montevideo.
- Mead, George H. 1982 Espíritu, persona y sociedad. Paidós, Barcelona.
- Peirce, Ch. S. 1955. Selected Papers. Cambridge, Mass. Harvard Univ. Press.
- Rabinow, Paul 1990 Representations are Social Facts. Modernity and Postmodernity in Anthropology. En: J. Clifford & Marcus (Ed) Writing-Culture: The Poetics and Politics of Ethnography, Berkeley.
- Rabotnikof, Daniela 1990 Memoria e identidad colectiva. En: Nariz del Diablo, II Epoca, nº 16.
- Ricoeur, P. 1970 Freud: una interpretación de la cultura. Siglo XXI Ed.
- 1975 Hermenéutica y estructuralismo. Ed. Megalópolis, Bs. As.
- 1986 El discurso de la acción. Ed. Cátedra, Madrid.
- 1987a La metáfora viva, Ed. Cristiandad, Madrid.
- 1987b Tiempo y narración I: configuración del tiempo en el relato histórico. Ed. Cristiandad, Madrid.
- 1987c Tiempo y narración. I. La configuración del tiempo en el relato de ficción. Ed. Cristiandad, Madrid.
- 1992 La identidad narrativa. En: Magistralis, Enero-Junio 2, México.
- Strmiska, Z. 1989 Las ciencias de los humano, Universidad Central de Venezuela, FACES, Caracas.
- Verón, Eliseo 1987. La semiótica social. Gedisa Ed. Barcelona.



## Periodismo: ritual y creación

### Breve contribución para una poética de los medios de comunicación de masas

Aquiles Esté

#### RESUMEN

*La comunicación de masas, más allá de lo propiamente informativo, es significativa, sobre todo, como contrato ritual entre aparatos socialmente legitimados y un público receptor. Desde otra perspectiva, el carácter contradictorio de ciertos trazos estructurales de los propios medios establece condiciones para la aparición de nuevas disposiciones perceptivas, nuevos procesos de producción y adquisición de conocimiento, así como nuevas prácticas creativas dentro y fuera del aparato mediático: todo ello posibilita un proceso desritualizador y, en cuanto tal, virtualmente subversivo. Esas dos líneas de fuerza pueden ser descubiertas ya, al menos de manera incoada, en el "periodismo liberal burgués" de finales del siglo XIX.*

*The mass communication is significant farther on the typical informative, mainly as a ritual contract between the socially legitimated apparatus and the receiving public. Looking from a different point of view, the contradictory character of certain structural outlines in the own media establishes the conditions for the appearance of new perceptive arrangements, for new processes of production and acquisition of knowledge, as well as new creative methods inside and outside the mediatic apparatus. All of this facilitates a cut out of the ritual process and virtually subversive by itself. These two power lines may be found, at least in on incentive form, even in the "bourgeois liberal journalism" at the end of the nineteen century.*

La comunicación de masas es más significativa como contrato ritual entre aparatos socialmente legitimados para producir mensajes y un público receptor que como fenómeno de información. Esto se confirma en el momento en que constatamos las tazas mínimas de contenidos nuevos que el individuo necesita para desenvolverse en sus relaciones cotidianas. La ritualidad del sistema informativo se afirma en el hecho de que, más importante que hacer saber sobre el mundo es darle un sentido. La media satisface esa necesidad, acaso primordial y casi siempre rodeada de curiosas resonancias míticas y arquetípicas.

Sin embargo, la ritualidad del ecosistema informativo se debate constantemente con las posibilidades de desautomatización que recaen precisamente, en el carácter contradictorio de ciertos trazos estructurales de los propios medios. Estas posibilidades debidamente aprovechadas crean condiciones para la aparición de nuevas disposiciones perceptivas, nuevos procesos de producción y adquisición de conocimiento, así como nuevas prácticas creativas dentro y fuera del aparato massmediático. El trato metalingüístico, la conciencia que tengamos sobre esas topologías estructurales son requisitos necesarios para intentar desritualizar los medios de comunica-

ción, lo que equivale a intentar subvertir la función de la máquina, manejarla a contrapelo de su productividad programada. Es ésta una condición previa a la formulación de cualquier proyecto que pretenda hacer una poética de los medios tecnológicos.

Las indagaciones que nos ocupan se corresponden con estas dos líneas de fuerza, no sin afirmar antes que ambas deben considerarse a objeto de organizar una teoría integradora y comprensiva de la comunicación de masas. Nuestras preocupaciones se concentran esta vez en el estudio del período en el que se configura el llamado modelo del "periodismo liberal burgués" (el paso de la "gran prensa de masas" a la "prensa de información"); es decir, eventos que se producen a finales del siglo XIX, cuando ya podemos hablar en propiedad de sociedad de masas y el periódico adquiere muchas de las características actuales.

#### EL PERIODISMO Y EL LENGUAJE DE LA PRODUCCION DURANTE EL SIGLO XIX

Las fuerzas productivas y las modificaciones urbanísticas que la industrialización mecánica trae consigo maduran durante el siglo pasado. Sin pretensión de exhaustividad, nos



ocuparemos por ahora en el análisis de este transcurso ya que implica profundas modificaciones en las formas de elaboración, distribución y consumo de lenguaje, es decir, altera toda la economía de los procesos "lingüísticos" hasta entonces.

La implantación de la industrialización mecánica significa, por primera vez, una modificación estratégica del modo de producción de bienes. La máquina movida con electricidad desde la segunda mitad del siglo pasado trabaja ahora con mayor velocidad y rendimiento y, con esto, se cierra definitivamente el período de producción artesanal. Aquí el lenguaje de la mecanización entra efectivamente en crisis con el lenguaje de los productos únicos<sup>1</sup>. La cadena de montaje divide la autoría de la producción y las manufacturas finalizadas se equilibran en una apariencia formal patronizada. Aparecen objetos cuyo proyecto constructivo toma en cuenta la economía de detalles en el diseño, la cantidad de operaciones a ser ejecutadas por hombres y máquinas, el número de materias primas, entre otros aspectos.

A las nuevas exigencias de especialización responde un nuevo tipo de profesional, el inventor. Este articula habilidades en tres áreas ahora fundamentales: conocimiento de diferentes materiales, proyectista e investigador empírico. El inventor interviene en una dialéctica que conecta por un lado, la capacidad de crear necesidades, y por otro, talento

para traducir deseos. Estas destrezas son necesarias para que las ideas iniciales puedan ser llevadas a la escala de proyectos industriales.

Los instrumentos que comienzan a aparecer proporcionan la posibilidad de relectura de la realidad más allá de los límites de los sentidos naturales. Así, nuevas formas de registro imponen a la percepción su propia racionalidad. La invención de la fotografía es el ejemplo que mejor resume estas transformaciones; producto de conocimientos ópticos y químicos, la fotografía incorpora en sus resultados no sólo la lógica de la tradición visual renacentista, sino también, las tres actividades operativas comunes a todo medio mecánico, a saber, registro, procesamiento y montaje.

Modificadas las capacidades perceptivas, algunas exacerbadas, otras abandonadas, lo que verificamos es que la aparición de estas aceleraciones estimula la formulación de ideas que postulan la existencia de otras dimensiones en el universo más allá de la escala humana. Esto nos conduciría, algunos años después, a la física sub-atómica que quebraría los dogmas del cartesianismo.

### **REAL Y REALIDAD. MATERIAL Y MATERIALIDAD**

Con la industrialización mecánica los conceptos de real y realidad son redefinidos para entender mejor las nuevas tareas productivas. Lo real es ahora asumido como aquello que existe independientemente de la acción del pensamiento. En contraposición, es realidad todo aquello fruto de la interacción con el pensamiento. La ampliación creciente de las aptitudes sensoriales acabaría privilegiando la idea de realidad y el ciudadano sería ahora el detentor de esas capacidades y por lo tanto, el agenciador del mundo. Es a partir de este momento, como observó George Luckás, que la naturaleza comienza a transformarse en paisaje: el hombre se desplaza de la naturaleza y se transforma en su observador. Para

ilustrar lo que afirmamos resulta paradigmática la obra de varios de los artistas románticos más importantes y en ella, el tratamiento nostálgico que se da a la naturaleza. Citemos tan sólo a David Friedrich (El Monje contemplando al mar), John Constable (Hadleigh Castle), Carl Rottmann (Santorin), William Turner (Yate aproximándose a la costa)<sup>2</sup>.

Todo esto se traduciría en una nueva postura que iría a radicalizarse con el arte moderno. En rigor, trabajar sobre la materia y la materialidad supone diferentes maneras de comportamiento: operar sobre la materia implica la existencia de un producto-dominador que impone al soporte material sus marcas individuales. La materialidad equivale a un tipo de abordaje que reconoce la realidad mecánica del soporte; la materialidad es la conciencia sobre el potencial expresivo y comunicacional de la materia. Trabajar la materialidad es un acto de cooperación entre las necesidades expresivas y unos materiales determinados. En conformidad con estos cambios era previsible que la materia bruta perdiese valor. La información comienza a cotizarse con relación a los bienes durables. Esta tendencia es hoy una de las marcas específicas del actual período de producción electrónica y post-industrial. En nuestros días la posesión de memoria equivale a mayor conocimiento y por tanto a mayor capacidad de decisión. Esto ha modificado por completo la forma y jerarquía de los procesos de memorización humanos. Actualmente es mucho más importante saber dónde está la información y tener acceso a ella que intentar guardar los datos específicos en la cabeza. Un proceso que ya empezara con la estructuración de los primeros lenguajes escritos se ha radicalizado completamente con los métodos de reproducción y distribución digitales. El cambio estratégico operado en los procesos de acumulación de memoria es ya un punto de partida obvio para quien estudia las modernas relaciones de poder. Hoy, basta verificar el tratamiento que una sociedad da a la

información para establecer un paralelo casi mecánico con su población en el conjunto hegemónico de naciones.

En este contexto aparecen los primeros medios de comunicación de masas. Todavía con composición manual, las primeras rotativas a vapor (1810) permiten la edición de libros y revistas en tirajes hasta ahora nunca vistos. La prensa pasa entonces a ser la principal fuente de transmisión de conocimientos y, frente a estos, el periódico adopta una actitud más activa: ya no se trata simplemente de recibir la información y comentarla, sino de descubrir el acontecimiento. El periódico difunde los descubrimientos técnicos y científicos<sup>3</sup>. El estilo es ahora más directo y telegráfico. Aparece la columna, respondiendo a un nuevo problema de diseño: posibilitar una lectura más rápida.

Miguel Alsina observa que en las sociedades capitalistas de la época el criterio de difusión de acontecimientos se vuelve "antropocéntrico": el hombre es el centro del acontecimiento, cualquier hombre. La prensa no se ocupa ahora tan sólo de transmitir las relaciones de Estado o todo aquello que representa la imagen inmediata del poder; a partir de este momento cualquier individuo puede ser objeto de interés público.

El pecado, el delito, la catástrofe comienzan a ocupar espacio periodístico, relatos que el pueblo considera excitantes y divertidos. No obstante, a pesar de la creciente diversidad temática, el acontecimiento es tratado formalmente con los criterios de espectacularidad y teatralidad del llamado suceso. Este, afirma Alsina, nos remite a convenciones sociales que han sido vulneradas, una aparente ruptura en la lógica de lo cotidiano. Y decimos aparente porque más tarde veremos que la difusión de tales quiebras actúa más en la dirección de fortalecer la continuidad funcional de la vida cotidiana, entendiéndola a ésta como el espacio privilegiado de reproducción del orden.

Hacia finales del siglo XIX po-

dismo: el periodismo de información, tipo *New York Times* y el *Yellow Journalism*, cuyos mayores exponentes fueron los tabloides de J. Pulitzer y T.H. Hearst.

Los excesos de sensacionalismo y la necesidad oficial de controlarlo llevó a los editores a reexaminar la producción noticiosa. Esto sucede en el contexto de la teoría liberal de la prensa que se desarrollaría en la primera mitad del siglo XX. Los criterios de *proximidad*, *oportunidad* y *prioridad* se imponen a la profesión periodística y sobre todo, el famoso *criterio de objetividad* que reafirmaría el pretendido papel pedagógico y la responsabilidad social de la prensa.

Al inicio del siglo XX nos encontramos ya ante una sociedad que exige a sus miembros un mínimo de exposición a los medios. Se argumenta que, desconociendo la imagen del entorno que estos producen, es muy difícil desenvolverse en sociedad. En rigor, la media comienza ahora a suplir las necesidades de mediación impuestas a una comunidad cuyos integrantes se encuentran incapacitados para participar socialmente por vía de la comunicación interpersonal.

## PERIODISMO Y RITUAL

El modelo liberal de la información se consolida con la irrupción de la Primera Guerra Mundial. El enfrentamiento bélico provoca algunas aceleraciones que nos gustaría destacar. La información periodística puede ahora hacer referencia a cualquier parte del mundo. La lógica militar exige al periódico que refuerce las tareas aglutinadoras y de identidad nacional, lo que estimula la labor de *diagnosis* y *prognosis*, resúmenes intensamente en el famoso aforismo positivista: "*saber para prever y prever para saber*". Se afirma el lenguaje de espectáculo y la redacción telegráfica. La rapidez de la información (recordamos que surgen aquí las primeras agencias de noticias) crea en sí misma nuevos acontecimientos, o sea, las noticias comienzan a actuar sobre los pro-



pios "hechos". En resumen, se organiza la llamada "prensa de información" con muchas de las características básicas que definen al periodismo actual.

La mediación se impone ahora como realidad absoluta del sistema informativo<sup>4</sup>. Tal mediación aspira incorporar al individuo a una reedición de los procesos primordiales de apropiación de sentido. Es por esto que, como dijimos, la comunicación de masas no sería debidamente comprendida si ignoramos su carga ritual e imaginaria.

La sociedad de la media puede ser mejor abordada si la entendemos como un contrato existente entre unos canales legitimados para difundir mensajes y el cuerpo social que exige, en su conjunto, la renuncia — como gusta decir Baudrillard — a los imperativos y exigencias de la comunicación racional<sup>5</sup>.

"En todo acontecimiento, en el sentido moderno de la palabra, el imaginario de las masas quiere incorporar algo de los sucesos, su drama, su magia, su misterio, su claridad, su poesía, su tragicomedia, su poder de compensación y de identificación, el sentido de fatalidad que tienen, su lujo y su gratuidad"<sup>6</sup>.

Sin embargo, esta perspectiva que proponemos no sugiere en ningún momento que se deba abandonar el estudio puntual de los procesos informativos, en la medida en que estos son efectivamente capaces de modificar conductas. Tales análisis

son perfectamente válidos si contemplan el hecho de que, en mayor o menor grado, todo proceso comunicativo se estructura con base en ciertas llaves predeterminadas que organizan nuestras percepciones en conformidad con modelos míticos, recortes nominales y clasificatorios, fundamentados, inclusive, en nuestra memoria biológica, en nuestra ascendencia filogenética. En esa misma medida, es previsible que al tratarse de amplios procesos de mediación la comunicación se torne más y más ritualizada. Nuestro análisis se apoya en la convicción de que el periódico recrea viejos mitos y rituales y crea otros nuevos. Sin intención de agotar el asunto, vamos a detenernos por ahora en el estudio de esos modelos organizacionales del discurso que el periodismo moderno recrea. Nuestra lista no es exhaustiva, pues nos interesa tan sólo, demostrar la viabilidad heurística del abordaje que proponemos.

## LAS OPOSICIONES BINARIAS

Instigado por el modelo lingüístico, tanto R. Jakobson como Levi-Strauss postularon nuestra proclividad para pensar en opuestos y contrastes. Estos intelectuales imaginaron que toda la experiencia del mundo está cruzada por las llamadas oposiciones binarias. Esta especie de "universales formales" de los procesos semióticos nos son dados—según Hary Pross—previamente a cualquier experiencia discursiva<sup>7</sup>. El pensamiento mítico y la acción ritual son condensaciones de estas cualidades elementales que preexisten a la elaboración de mensajes. V. Ivanov y T.H. Sebeok son ampliamente conocidos por teorizar sobre las raíces biológicas y el soporte fisiológico de estos modos organizacionales.

El mito y el ritual son en este caso, categorías mucho más abstractas y generales que aquellas asociadas al relato o a la tradición. Se trata ahora de formas de raciocinio, y lo que es más, de métodos de aprehensión de los problemas (Nota sobre mito y ciencia). De seguido, resumi-



mos las principales características de estos recortes epistemológicos según los propone el semioticista checo Ivan Bystrina.

- Las oposiciones binarias son categorías altamente traducibles de una cultura para otra.

- Se trata de presupuestos de una historicidad mucho más lenta.

- Son estructuras que reciben siempre una connotación polarizada: arriba/abajo, dentro/afuera, algo/nada.

- Los polos de cualquiera de estas binariedades aparecen siempre simultáneamente. Un polo convoca el otro.

- Toda oposición binaria es asimétrica: siempre encontramos un polo opresor que recibe una connotación negativa (día y noche, todo y nada, vida y muerte, hombre y mujer).

- Son categorías conmutables semióticamente, es decir, el polo negativo es susceptible de ser compensado y recolocado en el terreno simbólico para amenazar la fuerza opresora de la asimetría. Ejemplo: "los últimos seremos los primeros" o "pasó a mejor vida".

- Las contradicciones existentes en las oposiciones binarias pueden ser resueltas. De hecho un individuo o una sociedad se caracterizan, entre otras cosas, por la forma como resuelven estas contradicciones. Las tríadas por ejemplo son formas paradigmáticas de solucionar estos rebatimientos, o bien a través de un

punto de paso (padre, hijo y espíritu santo), o bien distanciando o acercando efectivamente la oposición original (los triángulos amorosos, por ejemplo).

•Entre los polos se crean áreas plurivalentes, zonas grises, espacios amenazadores de los cuales intentamos huir. El rito es una forma —tal vez la más común— de evitar estos espacios conminatorios. El rito es un modo de existencia del discurso que se caracteriza por acentuar la polaridad de estos mecanismo proto-cognitivos. El rito es el lugar privilegiado de delimitación de los polos, de allí su misteriosa fuerza primitiva.

## LA RITUALIDAD PERIODÍSTICA: BREVE ENUMERACIÓN DE LOS NUEVOS ANCESTRALES

Con la aparición de la comunicación de masas se reeditan viejos mitos y rituales. Es previsible que esto ocurra cuando lo que interesa es que todos entiendan, cuando el proceso comunicativo envuelve amplios márgenes de mediación. El periódico —el primer medio de comunicación masiva— ya se nos muestra como un aparato curiosamente conectado a un pasado que siempre nos fue dado. La necesidad de elaboración mítica en la media es una tendencia objetiva de este sistema. No obstante, como asegura Pross, la incidencia tecnológica tiende a ocultar este substrato mítico en la medida en que se perfeccionan las técnicas de representación.

El aparato informativo, que por ahora es objeto específico de este trabajo, no sólo necesita de estas formas de simplificación para estructurar, seleccionar y jerarquizar sus mensajes, sino que actúa como un vehículo económico, rápido y seguro de actualización de la energía mítica que circula en toda sociedad. De seguido enumeramos los principales rituales que el periódico recrea:

### 1. "Rites de Passage"

La actividad simbólica compele al hombre a diferenciar y a integrar

en órdenes y sistemas usualmente polares. Los ritos de paso son el espacio intermedio que existe entre un sistema y otro. Como se sabe, el tránsito entre dos sistemas envuelve dos traumas, uno de salida y otro de entrada. No se ingresa a un sistema, en el sentido amplio del término, sin que ese movimiento acarree costos, costos de todo tipo: lingüísticos, económicos, energéticos, gestuales. El transcurso entre dos sistemas significa que nos encontramos en medio de una ordenación imprecisa; de hecho, ejemplifica Pross, los rincones en claro-oscuro por donde pasa el hombre "ordenado" durante el día, se convierten, después, en el lugar preferido a donde van a parar las existencias "desordenadas". Es también en el espacio intermedio donde respira la posibilidad de una innovación, donde los individuos y las sociedades pueden recrearse de manera no acostumbrada.

El periódico no sólo condena la carga ceremonial vinculada a las transiciones sino también, convierte a éstas en criterio primordial de selección y jerarquización al interior del aparato informativo. Mientras más bruscas y violentas sean las transiciones, mayor su capacidad de imponerse como "acontecimiento" periodístico. Esto explica por qué algunos sucesos se presentan ritualmente ante los llamados "procesos de selección de primer grado", no noticiar un atentado terrorista, por ejemplo, es más significativo en el ecosistema informativo de una comunidad que concederle espacio periodístico. Esto respondería también a que la violencia es un elemento omnipresente en el periódico y en la gran media en general. Los propios medios son creadores de violencia.

Candidaturas, ritos de iniciación, ceremonias de fertilidad, ritos de virilidad y los llamados "ritos de crisis vital" (referidos al nacimiento, madurez y muerte del individuo), están demarcados por los llamados "ritos de calendario". La naturaleza ritual del periodismo puede ser medida tan sólo por su participación en estos dos tipos de ritual: "crisis vital" y de "calendario". Juntos, conectan las



transformaciones orgánico-vitales al orden moral.

## 2. "Ritos de Calendario"

Ya nos advertía Walter Benjamin que los calendarios son grandes monumentos de una cierta conciencia de la historia. Para comprender el periodismo es necesario entender antes las pautas que el calendario impone como sistema mayor de ordenamiento. Los ritos de calendario se expresan de tres maneras: a) acompañan los cambios del día y la noche, las estaciones, las ceremonias de fertilidad y con esto, confirman la dependencia del grupo social con relación a la naturaleza; b) señalan los modelos temporales que las guerras, los tratados, y las religiones establecen; c) crean nuevas pautas de calendario tales como concursos de belleza, discursos presidenciales, juegos olímpicos.

Quebrar estos ciclos equivale a enfrentarse a un orden protegido por festividades y sanciones. En el caso del periódico la fuerza normativa del calendario tiene varias consecuencias que inciden directamente en los criterios de noticiabilidad: 1) legitima una visión de la historia como "continuum"; 2) garantiza la cohesión emocional del individuo ya que, el mundo presentado por el periódico no será jamás demasiado diferente de la realidad presente para el lector<sup>8</sup>; 3) sanciona y legitima los ciclos temporales que el grupo reconoce; 4) como anticipamos, crea nue-

vas pautas temporales; 5) los ritos de calendario llevados al periodismo actúan afirmando la identidad nacional; 6) acentúan la idea que posibilita una participación imaginaria en los acontecimientos; 7) establece licencias de emisión y lectura. Como es sabido, el periódico está escrito con criterios que lo proyectan hacia el día siguiente, independientemente del hecho de que las informaciones vehiculadas se originen el día anterior.

## 3. Confianza Original y Lealtad

La necesidad de objetivación y ordenación está vinculada a procesos de adaptación y sobrevivencia que se remontan a nuestra infancia filogenética como especie. Estos mecanismos se hacen lenguaje y recorren todos nuestros sistemas de representación<sup>9</sup>.

La actividad ordenadora común a todo sistema semiótico no es sólo, como sugerimos, una libertad, sino también, una compulsión que incorpora la necesidad original de lealtad y confianza en los signos del mundo. Dependemos de signos en los que podamos creer. En el propio proyecto del signo se inscribe un llamado a la obediencia y a la confirmación. Independientemente de la existencia inmediata o no del objeto representado, el signo ratifica la existencia de algo. Hemos visto que el hombre no soporta demasiada diferencia: asimismo, podemos decir también que el hombre no soporta el que no exista nada.

La interrogante que nos interesa responder aquí es de qué manera esta esperanza originaria de que los signos representen efectivamente lo que designan se incorpora ritualmente al aparato informativo. Es decir, cómo circula en la comunicación de masas este trazo afirmativo de la actividad simbólica.

En primer lugar, el periódico recompensa la necesidad emocional de que suceda algo. Ya hemos dicho que la sociedad de masas es una sociedad "acontecedora": la racionalidad del beneficio lleva a crear y a magnificar hechos menores que acaban siendo difundidos como ex-

cepcionales. En medio de esta dinámica, aquello que es asumido como continuo y repetitivo es repudiado como evento no periodístico. La propia naturaleza del periódico (un diario tiene todos los días el mismo número de páginas, con cierta independencia de lo que sucede) impone a la industria informativa la necesidad de crear acontecimientos y modificar otros. Lo que se constata nuevamente, sólo que esta vez tras el análisis de las claves periodísticas, es que la cultura también necesita de su opuesto: la no cultura. Aculturizados quedan aquellos espacios de los cuales el periódico no se ocupa, al tiempo que se consolida la situación no cultural del que no lee periódico. La comunicación social no actúa fundamentalmente legitimando opiniones sino sancionando la relevancia de algunos asuntos y substrayendo otros de la atención general.

#### 4. La raíz ritual de la objetividad periodística

Vimos que el hombre es un ser con una disposición original a decir que sí, un ser que depende de sus signos. Estudiamos también la forma como el periódico satisface esa necesidad. Restaría ahora conectar esas inclinaciones afirmativas, inscritas en nuestra actividad simbólica, al problema fundamental de la llamada "objetividad periodística".

La cuestión de la objetividad se localiza en un área de dilemas que en nuestra opinión ya fueron epistemológicamente superados. Sin embargo, este dato poco importa si lo que interesa es comprender el papel estratégico que la idea de objetividad posee en la sociedad de masas como llave de lectura. Es decir, más allá de la contienda teórica que tiene lugar entorno a este concepto, podemos constatar que la idea de objetividad circula socialmente imprimiendo su racionalidad en el proceso de producción, distribución y consumo de noticias.

Si bien la noción de objetividad sufre transformaciones espaciales y temporales esto no disuelve su rol estratégico en el sistema informativo. En cualquier caso se mantiene

una relación fiduciaria entre el usuario y el periódico por vía de la cual el primero juzga que la media le ofrece información confiable.

El régimen massmediático involucra procesos consensuales que actúan como el principal factor configurador de la idea de realidad. La media es hoy el principal agente creador de realidad social. Este proceso, como observa Alsina, depende en buena medida de la práctica discursiva del periodismo —en su sentido extenso— y su integración a mecanismos de circulación y reconocimiento de información. A objeto de este trabajo nos interesa insistir en los trazos contractuales contenidos en el argumento de la llamada objetividad. La sociedad confiere legitimidad a la actividad massmediática para construir la realidad y en este proceso, la idea de objetividad cumple un rol esencial. Los propios medios y los usuarios confirman diariamente esta licencia a través de varios canales. Uno de ellos opera por vía del carácter de emisor plural representado en el periódico (la idea de que varias personas que trabajan para el periódico no mienten al mismo tiempo). Por otro lado, los mensajes difundidos por el periódico disfrutan del consentimiento tácito del público, evidenciado en la ausencia significativa de protestas.

No obstante, la objetividad no es sólo una llave de lectura fundamental al contrato comunicativo que conecta medios y consumidores. La objetividad es también el principal argumento de defensa y protección de periódicos y periodistas, lo que revela, una vez más, su carácter estratégico.

#### PERIODISMO Y CREACION

Hemos dicho que la aparición del periódico como gran medio de masas trae consigo la reedición de viejas fórmulas de configuración del sentido y, al mismo tiempo, la creación de nuevas formas de organización y disposición perceptivas. Añadimos ahora que esta ambivalencia se corresponde, no sólo con la naturaleza de cualquier medio tecnológi-



co, sino con la naturaleza de cualquier lenguaje. A pesar de que el fenómeno tecnológico tiene sus peculiaridades, sólo se accede al núcleo creativo de esta contradicción por medio de una dialéctica que conecta, por un lado, determinados materiales, históricamente pertinentes y, por otro, determinados procesos articuladores de lenguaje. Cabría entonces, mencionar aquí, esas posibilidades y aceleraciones que el periódico introduce.

El diario es el primer producto industrial en ser pensado y diseñado para durar tan sólo un día o menos. Pensemos en la fuerza anticipadora que respira en este hecho, instigador de importantes transformaciones que se producirían en el arte moderno y contemporáneo al incorporar estos la fugacidad, lo relativo y lo transitorio al proyecto estético.

Con el periódico comienza un proceso de destrucción de las palabras y las sintaxis asumidas como "poéticas". El periodismo disuelve esta jerarquía con la utilización sistemática de lo coloquial, la jerga y el fraseado rápido. "En pocas décadas, las lenguas (para no hablar de los lenguajes) sufren modificaciones que antes eran producto de siglos"<sup>10</sup>.

El periódico estimula el abandono del uso de materiales nobles en la elaboración de los productos industriales. Pensemos en aquellas manifestaciones del arte moderno y contemporáneo construidas con el desecho de lo cotidiano.



El periódico inaugura y masifica nuevas rutinas de lectura. De hecho el periódico ya ha sido comparado con una especie de *cubo mágico* pues al igual que éste, propone reglas de juego en las que no se especifica ni comienzo ni fin. Sin embargo, el periódico no sólo autoriza la práctica de una lectura susceptible de comenzar y terminar en cualquier lugar; promueve al mismo tiempo una captación de lo impreso como campo de posibilidades lineales, diagonales, verticales, en giro. El periódico trastoca los principios de localización euclidianos al hacer de la página un objeto dinamizado y con vida propia, especie de conquista de una cuarta dimensión einsteniana. De esta manera, se anticipan en mucho las técnicas permutatorias que definirían la sintaxis del arte moderno, visto como ámbito de posibilidades.

El periódico propicia una visión simultánea de la página y de las palabras y, aunque desintegrada, una visión simultánea de las cosas. Esta especie de babelización del lenguaje y de los acontecimientos sugiere el trabajo polifónico que pasó a figurar posteriormente tanto en las vanguardias modernas como en el arte actual, massmediático, tecnológico y digital<sup>11</sup>.

Finalmente, el periodismo obliga a los recursos tipográficos y diagramáticos a adecuarse a nuevas exigencias comunicativas. Aunque esta posibilidad ya había sido sugerida en las miniaturas medievales, no hay

duda de que el periódico junto al cartel, masifican un nuevo código ideográfico comparable al contrapunto musical y a la estructura oriental. Aquí la letra adquiere valor diferencial e informacional, pasando a existir como masa visual. Lo mismo sucedería con el espacio en blanco, trabajado ahora, como método primordial de puntuación. En rigor, el periódico moderno es más un medio gráfico imagético que verbal-lingüístico; especie de "iconoescritura", si hacemos propio el término que introduce Décio Pignatari.

Ahora, en sus comienzos tanto los propios medios de comunicación como los artistas no estaban conscientes de las posibilidades estéticas de las nacientes tecnologías de producción y reproducción de lenguaje. Con la invención de la fotografía ya se autoriza en la pintura una disposición que nos conduciría hacia el abstraccionismo; sin embargo, este proceso sólo se haría evidente en las pinturas de Seurat. Es decir, los artistas plásticos demoraron más de cincuenta años en entender con suficiente claridad las sugerencias constructivas que la fotografía estimulaba. No obstante, con anterioridad incluso a la aparición de la fotografía, la palabra mecanizada ya se había convertido en un código técnicamente reproducible y lo que es más, en un código de masas y así, en lenguaje hegemónico, traductor de los demás códigos. Durante el siglo XIX la aceleración de esta especie de expansionismo logocéntrico colocó a todos los demás sistemas de signos bajo la marca de la dependencia verbal<sup>12</sup>.

Entonces, no debe extrañarnos que lo más instigante de la producción artística de la primera mitad del siglo XIX fuesen precisamente aquellas producciones literarias que supieron incorporar en su proyecto lo que existía de más tenso y contradictorio en los nuevos medios enunciadores. Hoy podemos afirmar esto desde el momento en que constatamos que los autores que trabajaban los restantes soportes artísticos demoraron mucho tiempo en utilizar con plena conciencia la invitación

constructiva propuesta por la reproductibilidad mecánica. De esta manera, el diálogo que tendría lugar entre determinados escritores y el nuevo ecosistema urbanístico e informacional de comienzos del siglo pasado colocaría a la literatura en situación de avanzada con respecto a los demás medios expresivos. Tal vez podamos radicalizar ahora la hipótesis que consiste en afirmar que en el periodismo del siglo XIX respiran, latentes, todas las formulaciones estéticas que la modernidad de los primeros decenios del siglo XX tornaría evidentes.

Poe, Baudelaire, Flaubert, Machado de Assis, Mallarmé, Cummings, Pound, Valery, Joyce; no se entiende a ninguno de estos escritores si no interpretamos antes las aceleraciones sucedidas en el siglo XIX y, en distinto grado, según sea el caso, si no consideramos los aprendizajes sucesivos que se produjeron en la teoría y en la práctica literaria vinculadas a la tipografía y al periodismo<sup>13</sup>.

En este mismo orden de ideas podríamos rastrear también el camino que conecta a Balzac con el propio Poe, el *nouveau roman*, la novela *verité*, Truman Capote, el Realismo Mágico y el *New Journalism*. Aquí se produce un tránsito entre periodismo y narrativa que acabaría desfigurando las fronteras entre ambos. El lenguaje directo, económico, eficiente y coloquial es llevado a las expectativas literarias, mientras que los géneros periodísticos aprovechan las licencias del cuento y la novela. Como ha dicho Tom Wolfe, el llamado "Nuevo Periodismo" que apareció en los diarios neoyorquinos de los años 60 no era en verdad "nuevo ni periodismo". La verdad es que independientemente de la observación provocadora de Wolfe, el hecho es que este fenómeno provocó, por primera vez, no solamente una crisis en el periodismo naturalista de post-guerra, sino también, una quiebra del contrato-fiduciario que vincula a medios y consumidores. El asunto alcanzó niveles paradójicos cuando en 1.990—como registra Alsina—un reportaje falso apareció en

el Washington Post, ganó el premio Pulitzer.

Entonces, tendríamos que preguntamos cuál es la enseñanza que nos dejan estos cruzamientos entre arte y tecnología que se vienen produciendo desde hace más de 150 años. Diríamos que, por un lado, una metáfora extraordinaria de las posibilidades de intervención intra-semiótica de los medios de comunicación; una alternativa que durante mucho tiempo ha sido desconsiderada por el pensamiento crítico, sobre todo por aquel de inspiración weberiana: autores que todavía parecieran deslumbrados con una pretendida naturaleza no contradictoria de las tecnologías comunicativas<sup>14</sup>.

Con el estudio del periodismo decimonónico hemos querido demostrar cómo en ese contexto se agitan capacidades perceptivas y sensoriales que creadores dotados de sensibilidad estructural llevaron al estado de lenguaje y a práctica anticipatoria de nuevos recursos expresivos. Esta vez nos hemos concentrado en el análisis de las tensiones estructurales que respiraban abandonadas en el diarismo del siglo pasado; un trabajo similar se podría hacer y se está haciendo con otros lenguajes. No sería este el espacio para comentar las posibilidades desestabilizadoras existentes en el uso creativo de los medios digitales. Las exigencias actuales son otras y las transformaciones a las que estamos asistiendo son sólo comparables a aquellas introducidas en el paso del mundo de la producción artesanal al modo de producción mecánico: la industrialización electrónico-digital es a la industrialización mecánico-analógica lo que ésta última es a la producción artesanal.

El contacto entre creador y medios de comunicación recoloca para el profesional de la comunicación una cuestión fundamental: cómo quebrar la yuxtaposición analítica, ritual y silogística de los media; cómo pasar de la ley de comunicación a la ley de la significancia. Pensamos que al menos desde el punto de vista semiótico dos condiciones son necesarias: conocer la historia del lenguaje



que se trabaja y afinar el trato metalingüístico con los materiales que posibilitan la existencia y reactualización constante de estos códigos. Sin estos requisitos se dificulta enormemente captar los trazos "lingüísticos" desaprovechados, esos que siempre están por allí, fluyendo en el sentido heraclítico, zumbando alrededor con velocidad fantástica.

## NOTAS

1. "Resistiendo, siendo absorbido o simplemente eliminado, la artesanía, como antagonista de la industria, va dejando su marca agonizante y muchas veces gloriosa a lo largo de estos casi dos siglos, teniendo en el arte su último reducto". (Pignatari, 1987, p. 79).

2. "En el paisaje romántico el artista busca retomar a la Naturaleza retomando a su propio inconsciente. Y ello de una forma tan radical que si, por ejemplo, comparamos cuadros como "Tarjeta Postal" de René Magritte con algunas obras de Friedrich, habrá que concluir que el Surrealismo, *in nuce*, ha sido ya plenamente iniciado en la pintura romántica". (Argullol, 1983, p. 71).

3. "La gran era de las invenciones modernas se divide en dos etapas distintas. La primera, entre 1.700 y 1.850, fue dominada por el carbón, el hierro, y el vapor y testimonio la transición de la oficina para la fábrica y de la empresa individual para la compañía de acciones. La segunda, coincide con la aparición de las grandes firmas y monopolios de 1.850 y está asociada, ante todo, con el uso del acero, la electricidad, el motor de combustión interna y la síntesis de nuevas sustancias". (Henderson, 1.969, p. 35).

4. La mediación podemos entenderla como el proceso que impone límites a lo que podemos decir, a las maneras de decirlo y a las maneras de percibirlo a través de un sistema más o menos ordenado, más o menos codifi-

cado.

5. "Los efectos más persistentes de los mass media no son los racionales, sino los emocionales". (Pross, 1.980, p. 125).

6. Alsina, 1989, p. 90.

7. "Las experiencias primarias sobre lo claro y lo oscuro, sobre el dentro el fuera, arriba y abajo son experiencias subjetivas con millones de variaciones. Preceden a la formación del lenguaje y se mantienen como categorías de ordenación dadas de antemano cuando se forman simbolismos discursivos." (Pross 1980, p. 95).

8. "El que esté amaneciendo, el que apunte el día fundamenta la relación del hombre con la repetición y la regularidad". Pross, 1980, p. 75).

9. "Hacerse consciente de este aprisionamiento es un primer paso hacia un poder que puede ser definido como un empleo relativamente autónomo de las formas". Pross, 1980, p. 75.

10. Pignatari, 1987, p. 119.

11. Una arquitectura permutatoria y tridimensional de la escritura es algo que sólo recientemente puede ser efectivamente experimentado, practicado y hasta inclusive vulgarizado a través de las nuevas tecnologías. Las máquinas contemporáneas parecen destinadas a realizar y difundir ampliamente el proyecto constructivo de las vanguardias históricas, ese sueño de poder concretizar algún día la representación del movimiento, de lo virtual, de lo simultáneo, de lo instantáneo y de lo eternamente mutante. Cuando un usuario moderno se coloca delante de un terminal de videotexto y se puede a seleccionar las "páginas" de información, recorriendo un camino singular dentro del inmenso laberinto de equiprobabilidades del banco del texto, él está, en cierto sentido, materializando (y también banalizando) el sueño mallarmeano de una escritura en continua expansión y en permanente metamorfosis, gracias a las propiedades combinatorias del sistema. Machado, 1991, en imprenta.

12. Es evidente que tal situación hegemónica ya no puede ser defendida.

13. No se trata de una lista exhaustiva. Existen otros autores cuyos aportes en este sentido están todavía por ser estudiados. Citemos tan sólo el caso de Simón Rodríguez el conocido maestro de Simón Bolívar—especie de precursor de la ideografía mallarmeana.

14. Podemos rastrear una línea de pensamiento que se confirma en algunos momentos y en otros se desdibuja y se oculta a partir del "desencanto del mundo" weberiano. Este "eje" pasa por los apocalípticos norteamericanos, la crítica de la *Cultural Domination* de H.I. Schiller, Adorno, Horkheimer y Marcuse, se extiende por algunas escuelas de América Latina y más recientemente, la conseguimos en pensadores como Foucault y de algún modo sugerida en J. Baudrillard. Por supuesto que esto lo decimos sin desconocer las enormes diferencias existentes entre todos estos pensadores y los espacios teóricos intermedios que entre ellos existe.

# Dos estrategias retóricas en el periodismo de opinión

Luis Angulo Ruiz

## RESUMEN

Ante los tradicionales métodos de análisis textual de la prensa, de tendencia cuantitativa y contenidista, el autor propone un análisis lingüístico que tome en cuenta los aspectos sintácticos, semánticos, retóricos y pragmáticos, así como la etnografía de la comunicación. Resalta el mito de la separación de la información y la opinión, a través del cual los medios esconden su maquinaria persuasiva ideológica; al lector se le da "opinión implícita", encubierta como información "objetiva". Mientras, la opinión explícita, expresada en el periodismo de opinión, puede ser analizada de acuerdo a las tres estrategias retóricas que utiliza: la argumentación explícita, la implícita y la sugestiva. Estas dos primeras estrategias son analizadas a través de dos artículos de opinión, publicados en la prensa nacional, contraponiendo los estilos de dos autores, Arturo Uslar Pietri y Earle Herrera.

The author proposes a linguistic analysis that take into account the syntactic, semantic, rhetoric and pragmatic aspects, even the communications' ethnography, in the presence of a traditional press methods of textual analysis with a quantitative and contentative tendency. He rebounds the myth of the separation of information and opinion, through which the media hides its machinery of ideological persuasion; the reader receives an "implicit opinion" concealed as an "objective" information. On the other hand, the explicit opinion, that is stated in the opinion's journalism, may be analyzed in accordance to the three rhetoric strategies that it uses: the explicit, implicit and rhetoric argumentation. This two first strategies are analyzed through a couple of articles of opinion, that were published in the national press, comparing the style of two writers, Arturo Uslar Pietri and Earle Herrera.



**I**NTRODUCCIÓN  
Tradicionalmente, ha predominado una tendencia cuantitativa y contenidista en el análisis del discurso periodístico. En la mayoría de los trabajos que se dedican al análisis textual de la prensa, destacan dos tendencias como métodos de análisis: el análisis morfológico basado en J. Kayser y el análisis de contenido, fundamentado en Bernard Berelson y sus seguidores. Ello ha traído como consecuencia el descuido en el análisis de aspectos sintácticos, semánticos, retóricos, pragmáticos.

Lo anterior nos ha movido a auspiciar una mayor participación de la perspectiva lingüística en el estudio analítico de los textos periodísticos. En otras palabras, hemos tratado de agregar a los anteriores métodos de análisis lo que hoy se conoce como una lingüística del texto, con sus distintas versiones vinculadas al análisis del discurso, la pragmática, la etnografía de la comunicación, la nueva retórica; tendencias representadas por autores que enriquecen la bibliografía de este campo de la lingüística y entre los cuales podemos mencionar a Austin, Searle, Hymes, Duceot, Van Dijk, Halliday, Perelman...

## PERIODISMO DE OPINIÓN

Entre el conjunto de prescripciones que un periodista aprende en los cursos académicos, o más tarde, en el ejercicio de la profesión, destaca la norma de "no opinar" cuando se

está redactando un texto perteneciente al llamado periodismo informativo. Como garantía del cumplimiento de esa norma, el periodista ha aprendido una técnica que funcionará como alcabala policial para evitar el contrabando de opinión. La expresión más viva de ese control es lo que se conoce como la "pirámide invertida" y la "5 W H". Con estas prescripciones, los medios imponen al periodista un tamiz, una estructura rígida —camisa de fuerza— que impida cualquier desviación hacia el campo de la opinión. De esta manera, a través de la estructura discursiva, el medio ejerce el control sobre los contenidos de las noticias, entrevistas, reseñas, reportajes que se generan para un público convencido de que lo que lee o escucha es la copia fiel de la realidad, o la realidad misma, sin contaminación de opinión alguna.

Con estos recursos, los medios de información han logrado el perfeccionamiento de un sistema que les permite la eficacia del redactor, pero con un estricto control sobre él, con un método sin apariencias de coacción, porque el mismo periodista ha aprendido a aceptar ese recurso técnico como apoyo de su propia eficacia. Así las cosas, el periodista se convierte en el escenario de la representación de un mito: la separación de la información y la opinión, y el medio logra la consolidación de un artefacto eficiente y poderoso de opinión, maquinaria retórica que oculta su carácter persuasivo.

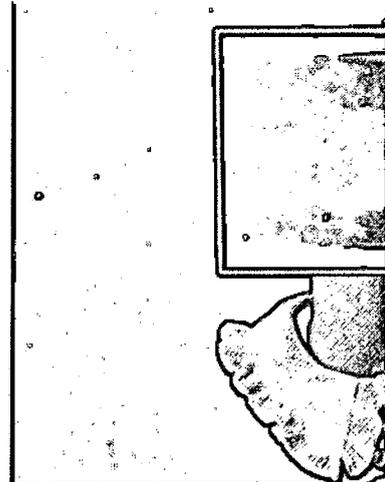
Federico Alvarez<sup>1</sup> ha demostrado el artificio de esta tesis que coloca de un lado los hechos y del otro la opinión. Pero el "achatación" del discurso informativo de los medios no ha sido la única consecuencia de ese separatismo de información y opinión. Más interés tienen las consecuencias ideológicas: control del periodista y del público por parte del medio. El redactor se convierte en un simple codificador de la ideología sustentada por el medio, y el público se vuelve más dócil para aceptar la visión del mundo que el medio le ofrece a través de la "fuerza de los hechos".

Un análisis crítico de este artefacto persuasivo inventado por los "mass-media" nos obliga a reunir lo que se ha separado artificialmente: información y opinión.

## LA OPINIÓN IMPLÍCITA

No obstante lo anterior, esa opinión de los medios se expresa, en el nivel del significante, de dos maneras distintas y con efectos también diferentes: la opinión implícita y la opinión explícita. Habrá un recurso de opinión en la sección informativa, opinión viciada en los clásicos géneros informativos, pero a través de un subterfugio: la opinión no está en el texto sino en el intertexto<sup>2</sup> y en el contexto. El público que lee la prensa, por ejemplo, descubre lo que él considera información, lo lee como tal y lo percibe conscientemente como texto informativo. No se percata este público (nos referimos al lector común de prensa) que en el nivel intertextual está fluyendo la opinión, como jerarquización de la información de la página. Lo que es importante lo decide el periódico y lo expresa por medio de la diagramación, a través de las relaciones que se establecen entre los distintos textos de una página y también por la relación muchas veces inconsciente, que el lector puede hacer con el contexto social. Se produce, entonces, una opinión que Núñez Landéveze denomina "opinión implícita". Esta forma de opinión se fundamenta en lo que Núñez Landéveze, siguiendo a Moles, Carpenter y Hass) denomina "lectura mosaico". Si el periódico se caracteriza por algo es por ser un mosaico de textos y de textos cuya unidad mosaica se basa en que constituyen textos discursivos autónomos y autosuficientes, pero cuyo grado de dependencia y de cohesión es suficientemente riguroso y estable".<sup>3</sup>

La opinión implícita corresponde a todo lo que tradicionalmente se conoce como "periodismo informativo" y "periodismo objetivo", aunque también es una estrategia del periodismo de opinión. Esta forma de opinión, por no presentarse como



tal, por ocultar sus propósitos conativos, se hace muy eficaz como recurso persuasivo. El público recibe el efecto de manera inconsciente, aceptando la visión del mundo que ofrece el medio, sin oponer resistencia crítica. En el campo de la investigación de los medios ha quedado demostrado este carácter opinante de la llamada "información". El análisis de contenido (Berelson, Sola Pool, Laswell, Bardin); el análisis morfológico de la prensa (Kayser, Hass); el análisis del diferencial semántico (Osgood); el análisis estructural (Verón) han descubierto la "opinión implícita" encubierta con el rotulo de "información".

## LA OPINIÓN EXPLÍCITA

Lo que tradicionalmente se conoce como opinión en la prensa es la "opinión explícita", la que aparece rotulada como tal en las secciones editoriales de los periódicos en las secciones de opinión, de crónica. En este campo de la opinión explícita se dan, como decíamos más arriba, dos estrategias generales. La primera estrategia se vincula con lo que Daniel Prieto<sup>4</sup> denomina "voluntad de verdad". La segunda con lo que ese autor llama "voluntad de espectáculo".<sup>5</sup>

Daniel Prieto se remonta a la antigüedad griega para hacer un análisis de la lucha de estas formas de discurso. Por un lado Platón defiende un discurso que debe tener como objetivo la verdad. Por el otro, los sofistas, los retóricos con una búsqueda de eficacia, a través del efectismo de la sugestión, el espectáculo: "Una voluntad de verdad enfrentada una y otra vez, a lo largo de milenios, a una verdad de espectáculo".



lo"<sup>6</sup>. De un lado la filosofía y las ciencias y del otro la retórica. Para el discurso de la filosofía la palabra es un instrumento de la razón; la lógica disciplina al verbo. Se trata de descubrir lo verdadero a través del discurso; discurso de la filosofía y de las ciencias.

Del otro lado la retórica, con su tradición sofista no está interesada en la verdad, sino en la persuasión. Sin embargo, para persuadir debe producir la apariencia de verdad. Se trata de lo verosímil —lo que parece verdadero— la verdad para el común, lo aceptado por la mayoría. Pero por sobre todo, lo que se busca es el efectismo en el discurso, el espectáculo.

Chaim Perelman<sup>7</sup> diferencia entre lógica demostrativa o apodíctica y argumentación. Para este autor, siguiendo la tradición aristotélica, la apodeixis es el discurso racional, de la razón y para la razón, es un discurso intemporal. En contraste, el discurso argumentativo se dirige al hombre en cuanto tal y no sólo a la razón; está condicionado temporalmente y no se cierra en la conclusión, la cual siempre es modificable.

El discurso demostrativo equivale a lo que Prieto llama "voluntad de verdad". La argumentación está equidistante entre ese tipo de discurso y el que Prieto califica como de "voluntad de espectáculo". Esta cercanía de la argumentación y la demostración está remarcada por Núñez Landéveze: "La argumentación trata de convencer preocupándose del carácter racional de la adhesión"<sup>8</sup>. Este punto intermedio es lo que Aristóteles denomina lo verosímil, constituido por los lugares comunes, por el sentido común, por lo "preferi-

ble", al decir de Perelman; en otras palabras, por lo razonable. Se trata, en definitiva, de una forma de discurso "cuasi-lógica".

A partir de la demostración como discurso racional, se pueden ir descubriendo formas discursivas que se alejen de la "voluntad de verdad" hacia la "voluntad de espectáculo". Podría establecerse un continuum, comenzando por la demostración y siguiendo por la argumentación explícita, la implícita y la sugestión. Interpretando las ideas de Perelman y Núñez Landéveze podría pensarse el campo de la opinión como una línea continua en la que la "demostración" se ubique en un extremo con la máxima carga de racionalidad, y la sugestión al otro extremo cercana a la irracionalidad, de la siguiente forma:

Si la argumentación está cerca de lo racional, por su búsqueda de verosimilitud, por su imitación del discurso racional, al mismo tiempo se aleja del discurso demostrativo por cuanto en la argumentación explícita pueden intervenir "criterios pragmáticos", afectivos, emocionales, e incluso estilísticos o estrictamente retóricos; en definitiva, existenciales"<sup>9</sup>. No se trata de una hipótesis que debe ser aceptada o rechazada como el discurso científico, sino de una tesis sustentada afectivamente. "La argumentación está puesta al servicio de una idea previa que carece de fundamentación lógica"<sup>10</sup>.

Más alejada de la demostración en el continuum al que hemos hecho referencia, se encuentra la argumentación implícita. Está cerca de la argumentación explícita en el manejo de recursos retóricos, pero en lugar de privilegiar la apariencia de verdad, se esmera por la eficacia por la vía afectiva. Además, la argumentación implícita mantiene oculta la tesis. El propósito persuasivo del texto. Se oculta, de esta manera la conclusión en la que resalta la tesis.

Por último, más alejada de la razón, cerca de lo irracional, se encuentra la sugestión, que Núñez Landéveze identifica con la propaganda y que podemos vincular, también con la publicidad.

## GÉNEROS Y ESTRATEGIAS DE OPINIÓN

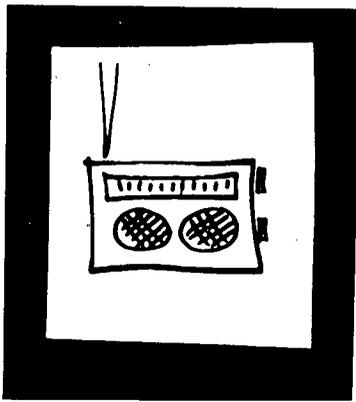
¿Cómo se ubican, en ese continuum, los tradicionalmente llamados géneros de opinión? Para contestar esta pregunta debemos empezar por reconocer la ambigüedad existente en este campo. Si existe la polémica a la hora de definir y clasificar los géneros informativos, ésta es aún mayor cuando se trata de la opinión.

El problema comienza con el mismo concepto de género. Mientras la literatura se ha desembarazado de la rigidez ante los géneros, dejando a un lado el criterio preceptivo, en el periodismo éste es el que predomina. Más que una taxonomía, una clasificación de los discursos periodísticos, los géneros se han convertido en una camisa de fuerza con criterios coercitivos que caracterizan cada género con propósitos preceptivos. Ante las desviaciones, el preceptista simplemente apela a un recurso clásico de todo poder: la censura. Si un texto no calza estrictamente en ningún género, pues se trata de un error, de una desviación, de un monstruo que hay que condenar, que no debió existir. Por esa vía se van estableciendo dos visiones de los géneros: la preceptista, la que está en los manuales, y la real, la que corresponde a la producción textual en el periodismo.

Para contribuir más a la confusión general, como diría Aldo Pellegrini, surge el problema de las denominaciones, de la terminología. Lo que en un país se llama crónica, en otro comentario.

## ESTRATEGIAS DE OPINIÓN

Si seguimos el hilo del pensamiento de Núñez Landéveze en la clasificación de los géneros y proyectamos sus ideas a un campo más amplio, deberíamos establecer un nivel genérico más general, más amplio que el que se reconoce actualmente. De esta manera por encima de la clasificación de editorial, artículo, comentario, crónica, mancheta, columnas, debemos establecer tres



grandes géneros que se corresponden con las estrategias retóricas empleadas: Género argumentativo explícito, género argumentativo implícito y género sugestivo.

Esta clasificación permitiría ubicar la mayoría de los editoriales en el género argumentativo explícito, pero no descartaría la posibilidad de que algunos editoriales pertenezcan al género argumentativo implícito. Permitiría descubrir que muchos artículos forman parte del género argumentativo explícito, pero habría otros del campo de la argumentación implícita. Podríamos establecer, de este modo, la diferencia entre una mancheta de *El Nacional* durante la Dirección de Uslar Pietri, generalmente argumentativa implícita o sugestiva, y una mancheta del período de Ramón J. Velásquez de tendencia argumentativa explícita.

Aquí sólo nos referiremos a los dos primeros géneros, los cuales ilustraremos a continuación con la contrastación de dos columnistas de la prensa: Arturo Uslar Pietri y Earle Herrera.

### **PRIMERA ESTRATEGIA: ARGUMENTACIÓN EXPLÍCITA**

Para describir la primera estrategia, la de la argumentación explícita, nos referiremos a un artículo de Uslar Pietri publicado en agosto de 1984 en el diario *El Nacional* bajo el título "Los remedios para el desempleo"<sup>11</sup>.

En el artículo, Arturo Uslar Pietri contrapone la política económica europea de esos años a la política económica del gobierno de Reagan. Destaca el carácter keynesiano de la primera y el rasgo liberal y pragmático

de la segunda. Considera que la política europea, preocupada por mantener el salario real y las reivindicaciones sociales del trabajador ha resultado un fracaso para resolver el desempleo, mientras que la política norteamericana del "reganomic", aunque significó un descenso del salario real del trabajador, ha sido exitosa para enfrentar el problema del desempleo. Finalmente, terminando recomendando a los países "aflicidos con una alta tasa de inflación, acompañada de creciente desempleo" la consideración de la fórmula norteamericana.

En relación con la estrategia empleada por Uslar Pietri lo primero que descubrimos es que el autor se esconde en un lenguaje impersonal, objetivo. Por ninguna parte se hace explícita su presencia, no hay ninguna referencia al "yo" del articulista. Tampoco hay ninguna mención al "tú", al "Usted" del lector. Podría decirse que el distanciamiento, fundamentado en el prestigio del autor es una estrategia: mantener el discurso alejado de toda coloquialidad, de toda interacción. Pero ¿cómo se refleja esa estrategia en el texto, en el lenguaje mismo? En primer lugar, en el empleo de un lenguaje con fuertes rasgos lógicos: una sintaxis con tendencia a la complejidad, un lenguaje que privilegia la lógica y el razonamiento y deja en un segundo plano el mundo afectivo, que da mucha importancia a las conexiones explícitas de párrafos y oraciones para crear un tejido coherente, cohesivo en el nivel superficial del texto: "Esta grave cuestión..." "Esta política..." "No ha resultado así..." "Semejante comparación..."

Asimismo se trata de un lenguaje que elude cualquier dialecto social, cualquier registro particular, que al mismo tiempo quiere ser transparente en el sentido de Todorov<sup>12</sup>. Es decir, que pretende no dejarse ver como discurso sino transparentar su referente: las ideas del autor sobre economía política. Como consecuencia, las figuras retóricas están lexicalizadas, forman parte del léxico común: "una herencia de las doctrinas de Keynes", "países afli-

gidos de una alta tasa de inflación".

En consonancia con el rasgo lógico del texto, puede verse cómo brillan en él las llamadas tradicionalmente figuras de pensamiento: la antítesis y la paradoja. En efecto, el texto está estructurado sobre la base de la antítesis: contraste de la política económica europea con sus rasgos keynesianos de intervención estatal y la política norteamericana liberal y pragmática; fracaso de la política económica europea para resolver el problema del desempleo y éxito de la norteamericana. Al final, los tres últimos párrafos del texto permiten a Uslar Pietri dirigir la opinión del lector hacia la conclusión de que es necesario tomar muy en cuenta la experiencia norteamericana para aplicarla en nuestro país.

En síntesis, podemos describir la estrategia del texto de Uslar Pietri como una estrategia retórica que mantiene al emisor distante del receptor, en las alturas del prestigio y sacralización que le otorga la opinión pública; una estrategia con un lenguaje que ubicaríamos cercano al lenguaje científico, sin casi expresión afectiva y que oculta mecanismos retóricos de persuasión como la presuposición,<sup>13</sup> el principio de autoridad,<sup>14</sup> los estereotipos sociales. Un lenguaje que sirve para producir un tipo de texto verosímil, en el sentido aristotélico, de apariencia racional, convincente; en otras palabras, un texto de argumentación explícita.

### **SEGUNDA ESTRATEGIA: LA ARGUMENTACIÓN IMPLÍCITA**

Para ilustrar esta estrategia haremos referencia a un texto de Earle Herrera<sup>15</sup> publicado en *El Nacional* el 7 de febrero de 1989 con el título de "El Electroshock". Earle Herrera se ubica en el contexto de la inauguración del gobierno actual de Carlos Andrés Pérez para destacar las primeras medidas económicas, conocidas como el "paquete económico". Relaciona esas medidas con la terapia del electroshock y metafóricamente asocia al pueblo venezolano con el paciente, y al gobierno, al Fondo

Monetario Internacional y a los asesores económicos del gobierno con los terapistas que implacablemente aplican la electricidad al cuerpo del pueblo venezolano.

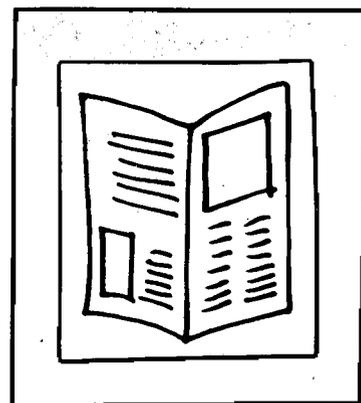
A diferencia del texto de Uslar Pietri, en el de Herrera destaca la presencia del emisor: "Yo no sé si Venezuela está enferma..." "Y no lo creo..." También la cercanía con el lector a través del tuteo: "Es decir, no te soltarán el corrientazo de un solo trancazo..." La aproximación al lector es tan estrecha que en un momento el "yo" y el "tú" se confunden en la primera persona del plural: "Nosotros los venezolanos..." "Sin embargo, no somos tan buenos aguantadores ni asimiladores como parece..." "No sabemos cuándo, en qué momento nos cambiaron el vocablo concertación". El uso de los pronombres **yo, tú, nosotros** responde a la estrategia contraria de Uslar Pietri. Allá la distancia, aquí la proximidad, la afectividad, la coloquialidad, la interacción con el lector. Pero para lograr proximidad no son suficientes los pronombres, es necesario entrar en los vericuetos de las clases sociales, de los grupos generacionales, de los roles; llenar el discurso con las voces de los interlocutores o de aquellos con quienes el emisor se identifica: gente común de la calle. Como consecuencia, el texto se llena de dialectos sociales: "...el cuerpo del país está desnudo y sin reservas frente a ese cable pelado que es el Fondo Monetario Internacional". "De repente y tal..." "No te soltarán el corrientazo de un solo trancazo, sino poco a poco, ahí ahí, piano a piano..."

Pero el texto no sólo admite ese conjunto de voces populares, también abre sus puertas a otros campos. La economía: "Fondo Monetario Internacional", "consumidores", "enfriamiento de la economía" "aumentos salariales" "ajuste" "reactivación". La política: "Pacto social", "La gran Venezuela", "Concertación". La religión: "Cordero de Dios", "exorcizar". La psiquiatría: el electroshock "el paciente". La música: in crescendo, "piano a (sic) piano". El discurso literario de Rubén

Darío: "Los mismos que ayer no más decían..." El discurso cursi: "Palabras, caras palabras".

Podría decirse, empleando una metáfora, que el registro es polifónico. Se trata de lograr un conjunto de voces que expresen la multiplicidad, la heterogeneidad de un público al que el emisor se ha acercado para escucharlo en su propio contexto cotidiano, lejos de la tribuna y de la cátedra.

A diferencia del texto de Uslar, sobrio en el empleo de figuras retóricas, el de Earle Herrera se presenta como una fiesta retórica. Abundan las figuras: antítesis, paradojas, metáforas, retruécanos, alegorías, hipérbolos o exageraciones, y sobre todo la ironía. El mismo texto está estructurado como una figura retórica: la fabulación o alegoría. Desde el inicio se presenta una gran imagen: la del paciente a quien le aplican el electroshock. Esta estructura esconde el propósito argumentativo, el propósito persuasivo del texto. Pareciera que el único objetivo del mismo es el placer del lector, el humor. Por ninguna parte en el texto se nos dice que debemos dejar de creer en el gobierno de Carlos Andrés Pérez, que debemos ser críticos ante gobiernos que se han caracterizado por haber enfrentado los problemas del país de manera retórica sin aportar soluciones reales, que el gobierno de CAP no ha sido ni será una excepción, que debemos desconfiar de la capacidad y el interés del Fondo Monetario Internacional, de la Copre, para resolver los problemas económicos del venezolano común. Ninguna de estas ideas se sustentan en forma explícita, sin embargo el lector las desprende de la vinculación del texto con su propia experiencia. Y es así como el contexto de situación funciona como un resorte persuasivo: el propio lector se impone, desde adentro, el propósito argumentativo del autor. Es obvio que esto es un poderoso artefacto persuasivo. En lugar de la argumentación explícita, el autor fabrica un aparato retórico que lleva al lector a redescubrir la realidad con la nueva mirada que impone el texto.



## NOTAS

1. Alvarez, Federico. *La información contemporánea*. p. 58.
2. El concepto de "intertexto" es común en el análisis del discurso con fundamentación en la teoría del enunciado. Para mayor información remitimos al lector a Todorov, Tzvetan. *Mikhail Bakhtin le principe dialogique suive des écrite du cercle de Bakhtine*.
3. Núñez, Landéveze, Luis. *El lenguaje de los "media"*. p. 236.
4. Prieto, Daniel. *Voluntad de verdad y voluntad de espectáculo*. p. 19.
5. *Ibid.* p. 114.
6. *Ibid.* p. 19.
7. Perelman, Chaim y Olbrechts-Tyteca, L. *Tratado de la argumentación. La nueva retórica*. p. 48.
8. Núñez Landéveze, Luis. *Op. cit.* p. 294.
9. *Ibid.* p. 295.
10. *Ibid.* p. 288.
11. Uslar Pietri, Arturo. "Los remedios para el desempleo" *El Nacional*, Agosto, 1984. p. A-4.
12. Todorov, Tzvetan. *Literatura y significación*. p. 217.
13. Ducrot, Oswaldo. *El decir y lo dicho. Polifonía de la enunciación*. p. 19.
14. *Ibid.* p. 153.
15. Herrera, Earle. "El electroshock" *El Nacional*, 7 de febrero de 1989. p. C-1.

## BIBLIOGRAFIA

- Alvarez, Federico. *La información contemporánea*. Caracas: Contexto, 1978. 185 p.
- Angulo, Luis. "La maquinaria retórica de la prensa". *Suplemento Cultural de Últimas Noticias*. Caracas: 1º de Octubre de 1989.
- Angulo, Luis. *Lenguaje y estrategias retóricas en el periodismo. Cuadernos de la Escuela de Comunicación Social. (U.C.V.) Apuntes Nº 18*. Agosto 1990.
- Austin, J.L. *Cómo hacer cosas con palabras*. Barcelona: Paidós, (1962) 1982. 217 p.
- Bajtín, Mijail. "El problema de los géneros discursivos". *Estética de la creación verbal*. México: Siglo veintiuno, 1982 (396 p.) pp. 248-293.
- Berrio, Jordi. *Teoría Social de la per-*

suasión. Barcelona: Editorial Mitre, 1983. 288 p.

Ducrot, Oswald. *El decir y lo dicho. Polifonía de la enunciación*. Barcelona: Paidós, 1986. 241 p.

Halliday, M.A.K. *El lenguaje como semiótica social. La interpretación social del lenguaje y del significado*. México: Fondo de Cultura Económica, 1982. 327 p.

Hymes, Dell. "La sociolingüística y la etnografía del habla". *Antropología social y lenguaje*. Edwin Ardener, compilador. Buenos Aires: Paidós, 1976.

Núñez Landéveze, Luis. *El lenguaje de los "medios"*. Introducción a una teoría de la actividad periodística. Madrid: Pirámide,

1979. 350 p.

Perelman, Chaim y L. Olbrechts-Tyteca. *Tratado de la argumentación. La nueva retórica*. Madrid: Editorial Gredos, 1989. 855 p.

Portine, Henri. *L'argumentation écrite expression et communication*. Paris: Hachette/Larousse. 1983. 159 p.

Prieto, Daniel. *Voluntad de verdad y voluntad de espectáculo*. Quito: Ciespal, 1984. 250 p.

Reboul, Olivier. *Lenguaje e ideología*. México: Fondo de Cultura Económica. 1986. 242 p.

Rossi-Landi, Ferruccio. *Ideología*. Barcelona: Labor, 1980. 449 p.

Todorov, Tzvetan. Mikhail Bakhtine

*le principe dialogique sulte des écrits du cercle de Bakhtine*. Paris: Seuil. 1981. 316 p.

Todorov, Tzvetan. *Literatura y significación*. Barcelona: Planeta, 1974. 236 p.

Van Dijk, Teun. *La ciencia del texto*. Buenos Aires: Paidós, 1983. 309 p.

## REFERENCIAS HEMEROGRAFICAS

Herrera, Earle. "El electroshock". *El Nacional* 7 de febrero de 1989. p. C-1.

Uslar Pietri, Arturo. "Los remedios para el desempleo". *El Nacional*, Agosto de 1984. A-4.

# Apéndice

PIZARRON/ Arturo Uslar Pietri

## LOS REMEDIOS PARA EL DESEMPLEO

La última estimación del desempleo en los países europeos se sitúa alrededor de 19 millones de trabajadores sin trabajo. La cifra es muy alta y, lo que es peor, lleva todos los visos de aumentar en el futuro próximo. Esta grave cuestión, que afecta todas las formas de la vida nacional, constituye la mayor preocupación de los gobernantes, de los planificadores políticos y sociales y, desde luego, también de los economistas. Hasta ahora, los remedios que se han ensayado han resultado contraproducentes. Ante la inflación, es decir, el aumento continuo y general de los precios, se ha tratado de buscar compensaciones para los trabajadores, por medio del mantenimiento de lo que los especialistas llaman el salario real. Esta política, apoyada por los sindicatos de trabajadores y los partidos ha tenido por resultado inexorable encarecer la mano de obra y, por lo tanto, reducir el empleo en todas las formas posibles por parte de las empresas.

Es, ciertamente, una herencia de las doctrinas de Keynes, que dominaron el pensamiento y la política económica del mundo, desde el fin de la Segunda Guerra Mundial. El aumento artificial de los salarios debía servir de estímulo a la demanda de bienes y, por consiguiente, al crecimiento económico y a la oferta de empleos.

No ha resultado así. Ha sido más bien contraproducente este estímulo artificial y lo que ha significado es que cada vez menos trabajadores pueden obtener aumentos artifi-

ciales de salarios, porque por una inevitable reacción defensiva las empresas procuran aligerar el peso del costo de los salarios.

Como contraste elocuente los Estados Unidos, en los últimos años, han puesto en práctica una política fiscal y económica que no sigue esas líneas establecidas en Europa. Se hizo mucha burla de la falta de base teórica y de la mezcla incongruente y simplista de medidas poco admitidas. Es lo que se ha llamado en inglés, para darle un nombre, "reagonomics", es decir, la elemental y poco brillante política que ha patrocinado la administración del presidente Reagan. El resultado ha sido sorprendente y desconcertante. La prestigiosa revista inglesa "The Economist" recientemente (28 de julio de 1984) publica en forma de editorial una seria reflexión sobre este significativo contraste. "Entre 1975 y 1983 Europa Occidental aumentó su producción casi tanto como los Estados Unidos. El número de norteamericanos empleados subió en una sexta parte, mientras que en Europa el empleo se mantuvo estacionario. La principal razón consistió en que los salarios reales en Europa experimentaron aumentos, mientras que, en los Estados Unidos, no subieron. Entre 1973 y 1982 los obreros industriales ingleses tuvieron un aumento del salario real por hora de más de 10 por ciento mientras el empleo total descendió en un 7 por ciento. Simultáneamente los obreros industriales de los Estados Unidos experimentaron una disminución del salario real del orden del 11 por ciento, mientras el total de trabajadores empleados subió en un 16 por ciento".

Semejante comparación no puede pasar inadvertida por todos los que se ocupan por el esencial problema del empleo y de la prosperidad social. Mientras las políticas europeas

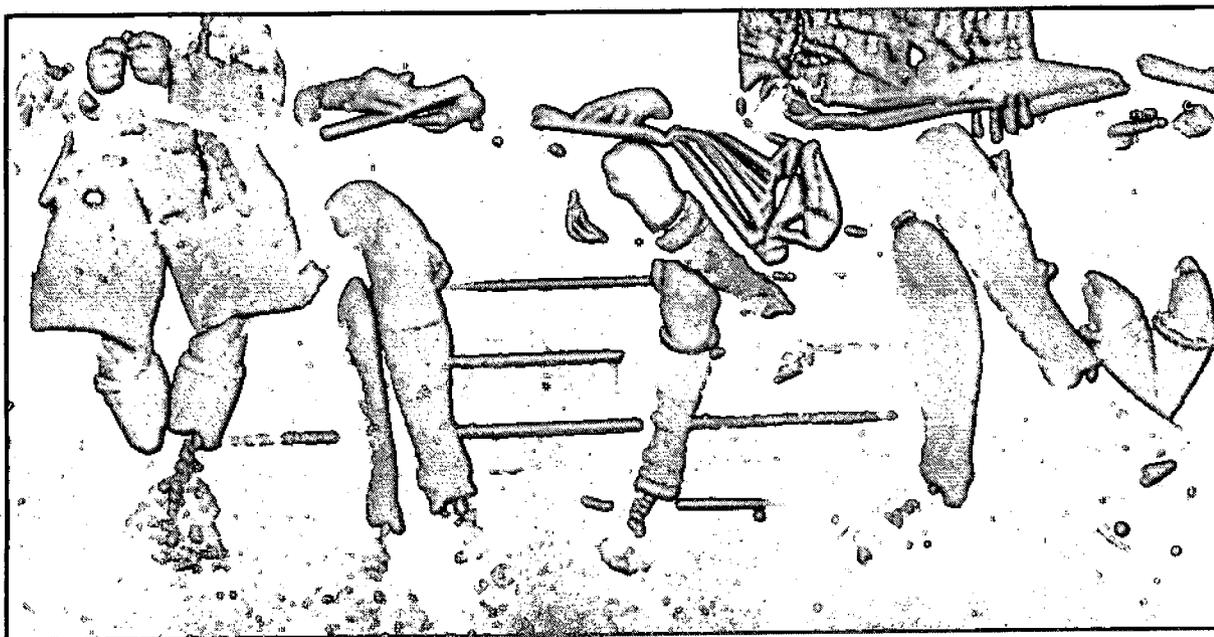
provocaban al mismo tiempo, un descenso del empleo, y un aumento de la inflación, los Estados Unidos lograban, con su política sin ideología, mantener la inflación bajo control y elevar espectacularmente el número de los trabajadores activos.

Muchas reflexiones sugiere este impresionante contraste. La primera, sin duda, es que la fluidez y multiplicidad de los factores de toda índole que afectan la vida económica no pueden reducirse a una doctrina ni mucho menos a una política rígida en materia económica y social, porque le quita toda posibilidad de adaptarse a las circunstancias cambiantes y a los resultados prácticos.

Si lo que se quiere es aumentar la capacidad real de empleo el sistema de hecho puesto en práctica por los Estados Unidos en los últimos años revela resultados notablemente mejores, en frenar la inflación y crear menos (sic) empleos, que las doctrinas dominantes en política económica y la rigidez de la posibilidad de negociar entre empleadores y posibles empleados que ha prevalecido en Europa.

Habría que realizar muy concienzudamente una revisión de esos principios y de esas situaciones rígidas que se han ido creando, a lo largo de años, por una política de intervención paternalista y que ha llegado a formar parte de las plataformas de los partidos políticos y de las convicciones determinantes de los electores.

No es fácil pero es necesario. La comparación de los resultados entre las dos formas de proceder no permite dudas. No quiere esto decir, tampoco, que la fórmula práctica aplicada con tan buen resultado en los Estados Unidos pueda ser imitada ciegamente en cualquier país. En los mismos Estados Unidos, en



medio de estos resultados, aparentemente tan favorables hasta ahora, hay analistas que temen que un descenso demasiado grande del desempleo pudiera convertirse en un nuevo factor de inflación.

Esto revela lo complejo de estas materias y la imposibilidad de adoptar criterios fijos e inmutables en materia tan cambiante. Pero sería imperdonable y torpe que los países afligidos por una alta tasa de inflación, acompañada de creciente desempleo, no prestaran atención a esta experiencia real que tanto puede enseñar.

**Earle Herrera**

## EL ELECTROSHOCK

Hay cuerpos que son buenos conductores de electricidad. El de los venezolanos, en su conjunto, es uno de ellos. Y no sólo asimila bien las descargas eléctricas, sino también los golpes, los impactos, los shocks. De no ser así, el pueblo no habría tenido energía (voluntad) para ir a votar, ni los especuladores se rieran, como lo hacen, en las mismas narices de los funcionarios de Min-Fomento y de los propios consumidores. De allí que a la gente se le anuncie un shock y lo toma como si se le estuviera invitando a un show.

Sin embargo, no somos tan buenos aguantadores ni asimiladores como parece. Ocurre que hasta ahora habíamos estado protegidos por un agente aislador que anulaba o disminuía las descargas y amortiguaba los choques. Este agente no era otro que el petróleo, cuya eficacia como amortiguador ha ido disminuyendo en la medida en que sus precios

han ido cayendo. De modo que el cuerpo del país hoy está casi desnudo y sin reservas frente a ese cable pelado que es el Fondo Monetario Internacional, hoy un cordero de Dios según los mismos que ayer no más decían que se trataba de un infernal monstruo.

Somos un país de palabras bonitas e infelices, que las dos cosas rara vez se juntan. Cada administración inventa la expresión con que entrará a la historia. El primer gobierno de Pérez fue el de la "Gran Venezuela", dos soberbias palabras que desembocaron en un disparate. Luis Herrera quiso exorcizar el pasado con una frase terrible: "enfriamiento de la economía" y, de hecho, nos dejó a todos bajo cero —excepto a los que huyeron del país— con la inmutabilidad de un frigorífico. El doctor Lusinchi, entre el homo siderúrgico de Pérez y el refrigerador cargado de Herrera, introdujo el "Pacto Social", el cual, como descubrió cinco años después la CTV, fue con la banca internacional, a la que canceló 26 millones de dólares y ahora le debemos más.

Palabras, caras palabras. No sabemos cuándo, en qué momento nos cambiaron el vocablo "concertación" por el anglicismo "shock" y la frase "aumentos salariales" —promesa del candidato— por el término "ajustes" —palabra del Presidente—. De repente y tal, Juan José Delpino y Antonio Ríos saltaron desconcertados. No, no podía ser. ¿Cómo olvidar o borrar una promesa hecha en público y en privado durante todo un año, en ese corto lapso entre el 4 de diciembre del 88 y el 2 de febrero del 89? Aunque se negaban a creerlo, allí estaba la indescifrable sonrisa de Pedro Tinoco como testimonio irrefutable de un hecho consumado.

Vaya contraste: Ríos y Delpino, quienes andaban risueños durante la campaña, frun-

cieron el rostro, mientras Tinoco, un hombre que jamás sonríe, estrenaba una sonrisa inédita, motivo suficiente para preocuparnos, pues ningún banquero sonríe gratuitamente. Ya no cabía duda: sobre la concertación y las promesas a los asalariados, se imponía el ajuste y el shock. Como consuelo, el equipo económico ha dicho que esto será gradual. Es decir, no te soltarán el corrientazo de un solo trancazo, sino poco a poco, ahí ahí, piano a piano. Será pues un electroshock en crescendo para que olvides las penas y el país se "recupere".

Ajuste. Shock. Recuperación. Palabras. Como la "Gran Venezuela". Como el "enfriamiento". Como la "reactivación". Como el "Pacto Social". En siquiatria —y a los economistas les encanta la jerga de esa ciencia: depresión, euforia, nerviosismo, agotamiento— el electroshock se aplica en casos de depresiones profundas. Después de la descarga, el paciente queda como un zombi. Así quedará el país, pero pasado el efecto podrían venir reacciones inesperadas. Primero viene el shock, el impacto, cosa que el gabinete económico parece tener muy clara. Y luego viene la respuesta, cosa que no tiene tan clara y por la cual, al parecer, ni siquiera se ha paseado.

Yo no sé si Venezuela está enferma, pero en todo caso no creo que lo esté tanto como para darle a beber ese coctel preparado por teóricos del Iesa, algunos neoliberales trasnochados, las recetas del FMI, Fedecámaras, la banca, los alegres "muchachos" de la Copre, los vendedores de oro a futuro, María Lionza y los profesionales y técnicos del partido.

Y no lo creo porque con las solas recetas del FMI basta para que se arme la sampablera, aunque a este organismo ahora nos lo vendan como una madre Teresa.

# Tendencias en la investigación del flujo internacional de información:

## una discusión sobre diferentes enfoques teóricos

Maritza Guaderrama



### RESUMEN

*Este artículo es una revisión crítica de las perspectivas teóricas más frecuentes en los estudios que tratan el flujo internacional de noticias. Se analizan las tendencias de investigación y las divide en tres enfoques: (1) aquellos estudios que centran su atención en el acontecimiento y en los valores noticiosos de los eventos; (2) aquéllos que estudian los medios de comunicación y los procesos institucionales de producción de la información internacional; y (3) aquéllos que analizan las variables históricas, socio-culturales e ideológicas que actúan como determinantes en el contenido y transmisión de la noticia internacional.*

*This article is a critical review about the research trends on international flow information. The author analyzes three of the most frequent theoretical approaches in this field: (1) The news values (characteristics of the event) as determinants of the international media coverage; (2) The institutional process of international news production; and (3) The ideological, historical and socio-cultural contexts as determinants of the current International Information Order.*

### INTRODUCCION: UN POCO DE HISTORIA

La década de los 60 marca el inicio de la investigación sistemática sobre el flujo internacional de información<sup>1</sup>. A pesar de que anteriormente ya se habían hecho estudios aislados<sup>2</sup>, es la UNESCO la que impulsa y patrocina investigaciones de "cobertura mundial", inspiradas en el cuestionamiento del orden de la postguerra y en la crítica de la arrolladora dominación de los medios occidentales y de las agencias internacionales de noticias sobre el Tercer Mundo.

Los planteamientos que, al final de la Segunda Guerra Mundial, habían enfatizado la importancia del libre flujo de información entre las naciones y el uso de los medios masivos en el Tercer Mundo para construir sociedades 'modernas' - es decir, occidentales - que superaran la pobreza, el analfabetismo y la heren-

cia del colonialismo, se tropezaron a mediados de los 60 con fuertes debates internacionales que discutían la legitimidad de la supremacía de Occidente en esta labor 'civilizadora'.

"El periodismo pro-desarrollo estuvo muy unido a las teorías optimistas de comunicación y desarrollo nacional que ofrecían la promesa del rápido desarrollo económico, político y social en los 50 y 60. En aquellos años, la visión era que los países del Tercer Mundo necesitaban información para ayudarlos en la lenta y dificultosa escalada hacia la prosperidad y la madurez. Ahora sabemos que la relación entre valores 'modernos' y 'tradicionales' es más compleja." (Stevenson y Cole, 1984: 9)

Los asuntos sobre el orden mundial de información en realidad envolvían dos debates separados que compartían algunos argumentos, pero de diferentes naturalezas. El primero era el flujo Este - Oeste y el

segundo Norte-Sur. Dentro de cada uno de ambos ejes, las áreas de demandas se definían como: (1) el desbalance del flujo entre Este-Oeste y Norte-Sur; (2) el contenido del flujo en cada dirección y (3) el control del flujo.

## EL DEBATE NORTE-SUR

En este artículo vamos a atender las diferentes tendencias de investigación que generó el debate entre Norte y Sur. A continuación puntualizamos los cuestionamientos específicos formulados sobre el flujo mundial de información y que han contextualizado los estudios en este campo:

1. Las noticias del mundo son definidas por Occidente que distorsiona y excluye los valores auténticos pero no occidentales del Tercer Mundo.
2. Este filtro cultural excluye a buena parte del mundo, especialmente esa parte que no responde a los intereses inmediatos de Occidente.
3. La poca información del Tercer Mundo que entra en el sistema mundial de noticias enfatiza los aspectos frágiles del Tercer Mundo.
4. El tratamiento negativo y distorsionado del Tercer Mundo en los medios occidentales es transferido al mismo Tercer Mundo, debido a las antiguas dependencias de las agencias de noticias occidentales.
5. Las noticias de desarrollo son escasas.

En el marco de este debate, la UNESCO encarga a la International Association for Mass Communication Research estudiar "la imagen dada por los medios masivos en los países industrializados de los países en vías de desarrollo en los pasados 20 años y de las cambiantes relaciones económicas y políticas en la comunidad internacional" (Stevenson, 1984: 21). A pesar de que el estudio no arrojó resultados que demostraran "cuantitativamente" las acusaciones hechas por el Tercer Mundo, es importante señalar que la fecha de

la presentación de la investigación coincide con la fecha de salida de los EE.UU de la UNESCO.

Más allá de la existencia o no de relación causal entre el encargo de la UNESCO y la decisión norteamericana, lo cierto es que la discusión sobre el NOII (Nuevo Orden Internacional de Información) ha motivado todo un cuerpo de investigaciones, cuya revisión y crítica nos proponemos.

### EL PROBLEMA: ¿DESBALANCE O DISTORSIÓN?

Para terminar esta breve descripción del contexto en el que se han desarrollado las investigaciones sobre el flujo internacional de información, habría que señalar que los problemas planteados por el NOII eran de dos tipos: por una parte, aquéllos relacionados con el desbalance y, por otra, aquéllos propios de la distorsión.

Mientras las quejas sobre el desbalance estaban relacionadas con la desigualdad evidente de medios económicos, técnicos y educacionales entre países desarrollados y subdesarrollados; aquéllas relacionadas con la distorsión tenían mayores complicaciones, pues apuntaban al contenido de la información, o, siendo más precisos, a las diferentes percepciones que sobre los contenidos de las noticias internacionales tenían unos y otros.

Para ser más claros, las demandas en este sentido envolvían "diferentes visiones de mundo, diferencias culturales y etnocentrismo, mezclados con una verdadera semilla de autoimagen e ideales. El poner este asunto en la agenda internacional ha dejado profundas contradicciones con respecto a los principios de políticas comunicacionales. Lo que está en juego es la hegemonía de la visión de mundo de occidente y la libertad de pensamiento e información" (Nohrstedt, 1986: 442)

La investigación en el campo del flujo internacional de información se ha dedicado principalmente a determinar la existencia o no de esta

distorsión y a describir su naturaleza. La revisión de la bibliografía demuestra que hay tantos estudios que han encontrado la influencia de la visión de mundo occidental en los contenidos de la información internacional como los que han demostrado que no se puede hablar de tal distorsión.

Finalmente, es importante aclarar que nuestro objetivo de reseñar y discutir las tendencias de investigación en el área, se ha basado en la revisión de los estudios más citados en un buen número de investigaciones consultadas<sup>3</sup>, y que por tanto pueden considerarse paradigmáticos.

### UN SOLO PROBLEMA, ENFOQUES TEORICOS MULTIPLES

Stig Arne Nohrstedt (1986) describe cronológicamente los enfoques teóricos que han guiado los estudios sobre la información internacional.

El primero, según el autor, fue el enfoque de los *valores de la noticia* (Galtung y Ruge, 1965). Este se concentra en el juicio y la valoración que hace el gatekeeper sobre los diferentes acontecimientos. Luego fue sucedido por los enfoques *organizacional e ideológico*. Ambos son teóricamente más profundos que el primero y buscan los factores estructurales detrás del contenido de las noticias:

Nohrstedt señala que el enfoque organizacional enfatiza los aspectos técnicos, económicos y sociales de la producción informativa. La explicación de por qué ciertos eventos se vuelven noticia, está expuesta en términos de dependencia estructural entre la organización de los medios de comunicación de masas y el sistema de poder. Uno de los principales hallazgos de las investigaciones guiadas por este enfoque, es la dependencia de los periodistas y reporteros en su relación con las fuentes noticiosas, por ejemplo, la necesidad de los periodistas de fiarse de los "hacedores de eventos" - políticos, burócratas, etc. - a fin de obtener noticias (Epstein, 1972; Golding y Elliot, 1979).

**FIGURA 1**  
Centros de atención en las investigaciones sobre el flujo de la investigación internacional

Nohrstedt	El valor de la noticia	Enfoque Organizacional	Enfoque Ideológico
Noelle-Neumann y Mathes	El valor de la noticia	Enfoque Intra-medio	Enfoque Extra-medio

Según el enfoque ideológico, las noticias tienen una función importante en la reproducción de la ideología dominante; las noticias son, entre otras cosas, una articulación de sistemas de creencias y visiones de mundo, que confirman (en algunos casos, lo opuesto) ideas ya asimiladas por el público en el proceso de socialización (Glasgow University Media Group, 1976, 1980).

Elisabeth Noelle-Neumann y Rainer Mathes (1987), basados en la investigación de Halloran, Elliot y Murdock "Demonstrations and Communications" (1970), también han desarrollado una clasificación de los estudios de acuerdo con los determinantes que analizan. Para estos autores existen tres enfoques en la investigación de las noticias internacionales:

- a) Aquéllos que se centran en el análisis de las cualidades del evento como determinante de que sea noticiable o no. Este enfoque coincide con el del "valor de la noticia" señalado por Nohrstedt.
- b) Los enfoques intra-media que se interesan por los procesos internos de decisión, selección, producción y transmisión de la información internacional. Y que estarían relacionados con el enfoque organizacional.
- c) Los enfoques extra-media en los que se analizan los factores contextuales (históricos, culturales, sociales, ideológicos) que funcionan como determinantes en el flujo internacional de información.

Tanto la clasificación propuesta por Nohrstedt como la de Noelle-Neumann y Mathes, pueden ser útiles como guías en el momento

de consultar las investigaciones en el área, pero en ningún caso hemos encontrado que se haga un análisis crítico de las implicaciones epistemológicas y metodológicas de esos enfoques. En el siguiente apartado nos proponemos analizar brevemente estos aspectos.

### LOS DETERMINANTES DE LA NOTICIA INTERNACIONAL: UNA DISCUSIÓN

En la fig. 1 esquematizamos las principales perspectivas desde las cuales se estudia el flujo internacional de noticias. Es importante señalar que como todo esquema, éste tiene como objetivo presentar organizadamente asuntos complejos que en la realidad serían difíciles de apreciar en un sólo golpe de vista. Con esto queremos decir que los estudios consultados no necesariamente pueden incorporarse a alguno de estos enfoques como si se tratara de compartimientos estancos, sino que el esquema intenta recoger tendencias que iremos discutiendo más adelante.

De cara a nuestro análisis hablaremos del acontecimiento, las instituciones de comunicación y el contexto, para hablar de los diferentes enfoques teóricos.

#### 1. El acontecimiento

Los medios de comunicación se enfrentan y trabajan con el acontecer<sup>4</sup>. Eventos que se suceden cotidianamente que pueden constituir el universo de lo "percibible" y "conocible", y que finalmente podrán o no convertirse en parte del conocimiento que los seres humanos tienen de su

entorno. Más allá de cualquier planteamiento funcionalista, una parte de estos acontecimientos llegará a ser conocido en forma vicaria a través de los medios de comunicación. En relación con la noticia internacional, las investigaciones que se han centrado en el acontecimiento han tenido el siguiente problema genérico:

¿Cuáles son las cualidades de un evento que se desarrolla fuera del ámbito nacional o regional, que determinan que sea cubierto y, luego, transmitido por los medios de comunicación nacionales o regionales?

La respuesta a este problema pudiera resultar sencilla, ya que sin mucho esfuerzo podría encontrarse en cualquier manual de periodismo. No conformes con esto, investigadores como Galtung y Ruge (1965) propusieron 12 factores y examinaron su influencia en lo noticiable de los eventos internacionales. Sugirieron que los eventos tienden a convertirse en noticia si cumplen las siguientes condiciones: frecuencia, nivel, intensidad, no ambigüedad, significación, consonancia, predictibilidad, impredictibilidad, continuidad, composición y relevancia para las élites nacionales, grupos de élites, personas o algo negativo. Rosengren (1970, 1974), por su parte, introdujo unos nuevos conceptos: grado de importancia de los eventos, la distancia psicológica y cultural de los eventos, y su grado de predictibilidad. Shoemaker, Chang y Brendlinger (1986) examinaron la cobertura internacional de los eventos internacionales en los medios norteamericanos a la luz de varias conceptualizaciones del constructo desviación ("deviance"). Argüían que la valoración de la desviación, aquello que se aparta de lo "normal", subyace en muchos de los indicadores de noticiabilidad en la cobertura de eventos internacionales.

A pesar de que estos estudios no han tratado únicamente las cualidades de los acontecimientos como determinantes de la información internacional, es cierto que adolecen de una dimensión histórica que permita explicar, por ejemplo, por qué esas cualidades determinan lo noticiable, cómo han llegado a constituirse en

determinantes y si existen diferencias de percepción en términos de culturas. Suele olvidarse en este tipo de análisis que el concepto de noticia tal y como lo conocemos no sólo es un producto occidental, sino que también es producto de la modernidad, ligado al desarrollo del capitalismo y a los refinados mecanismos hegemónicos de la industria cultural.

El peligro en este tipo de enfoque es el de la reificación del acontecimiento, esto es, atribuir al evento y no a una acción humana, la determinación de lo noticiable. Un acontecimiento cualquiera que este sea tendrá valor noticioso de acuerdo a un marco de referencia creado por una cultura, es decir, por hombres y mujeres.

## 2. Las instituciones

Otro grupo de estudios que intenta explicar las determinantes de cobertura y difusión de la noticia internacional, centra su atención en los procesos institucionales de producción de información. El problema genérico de este tipo de enfoque sería:

Ya que existen mecanismos institucionalizados de decisión y producción para que un acontecimiento se convierta en noticia ¿cuáles son los factores determinantes dentro del proceso de producción de la información internacional?

Esta perspectiva intra-media está principalmente representada por dos perspectivas teóricas: la de los gatekeepers y la llamada perspectiva "logística"<sup>5</sup>.

El enfoque de los gatekeeper se centra en el proceso de selección de la noticia. El propósito para este tipo de estudios es determinar qué factores intervienen para que un evento sea considerado noticiable.

Galtung y Ruge (1965) dividieron los criterios de selección de los gatekeepers para noticias internacionales en intrínsecos (aquellos que tenían que ver con las propias características del evento) y extrínsecos: (1) socialización de los gatekeepers; (2) limitaciones propias de los medios (tiempo y espacio); y (3) el contexto del evento.

También Östgaard (1965) des-

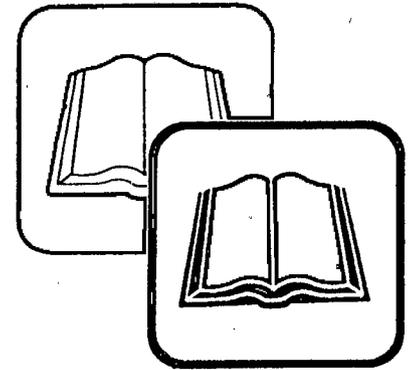
cribió los factores influyentes en el flujo de noticias en los términos de sistemas políticos y económicos. Además de los factores inherentes al proceso de producción informativa, tales como simplificación de la noticia (p.e, uso de gráficos), identificación con la noticia (p.e, proximidad geográfica y cultural) y sensacionalismo (p.e, noticias emocionantes), indicó que el control gubernamental de los medios masivos (p.e, censura) y las consideraciones económicas (p.e, la propiedad de los medios) también afectan al flujo de noticias entre países. En otras palabras, aquellos que controlan la vida política y económica de una nación probablemente son los que influyen en el flujo informativo. [ver Chang, Shoemaker y Brendlinger, 1987]

El enfoque logístico examina las estrategias económicas y físicas de la obtención de noticias, haciendo énfasis en las condiciones económicas y políticas bajo las cuales tiene lugar la cobertura. Para este enfoque, la obtención de noticias por los corresponsales es una producción más que un proceso de selección. La tarea clave de este enfoque es determinar qué características del país genera que sus noticias fluyan en mayor o menor grado.

Estos estudios enfatizan la función de las variables nacionales más allá de los procesos de producción informativa. El manejo gubernamental de las noticias, los costos de transmisión, la localización de las oficinas de las agencias, el rango de una nación en la jerarquía internacional (área, población, desarrollo económico, estabilidad política); o producto nacional bruto, los negocios entre las naciones y la distancia entre las naciones, son algunos de los factores analizados en este tipo de estudios.

Sin embargo, es necesario decir que con excepción de los costos de transmisión y la ubicación de las oficinas, las conexiones directas de las demás variables y el flujo informativo, no es tan obvia. Los estudios proponen estas conexiones, pero dejan su naturaleza sin elaborar.

Según hemos podido comprobar en los estudios consultados, asumir



la perspectiva institucional en la investigación de la información internacional puede resultar insuficiente si esta se centra sólo en la percepción individual y los criterios de selección del periodista, en la presiones que sufren los editores locales por parte de las élites nacionales o en una explicación meramente económica de la labor informativa.

Investigaciones como las citadas por Noelle-Neumann y Mathes (1987) parecen indicar que en el caso de la información internacional más allá de las variables profesionales o intra-institucionales, los medios de comunicación se enfrentan a un fenómeno de influencia recíproca en el establecimiento del marco de referencia de la información.

En efecto, en el caso de las noticias internacionales, es posible encontrar medios que se convierten en la referencia dominante, de tal manera que los demás comienzan a adoptar la "imagen del evento" que el o los medios de referencia ya habían establecido de antemano.

"El resultado es que el marco de referencia, que se refuerza a sí mismo y dirige la progresión de selección del curso de la noticia, probablemente sirve para elevar el mutuo refuerzo cada vez más." (Noelle-Neumann y Mathes, 1987: 402)

El concepto de líder de opinión propuesto por Lazarsfeld y otros, puede ser ampliado a los procesos internos de formación de opinión en el sistema de medios. La significación de los medios líderes de opinión no reside en el número de los lectores o de audiencia, sino en la posición que ellos ocupan dentro del sistema de medios.

En el caso de la información in-

ternacional, el proceso de producción informativa debería estudiarse diacrónicamente e involucrando medios de comunicación de diferente naturaleza, para poder establecer:

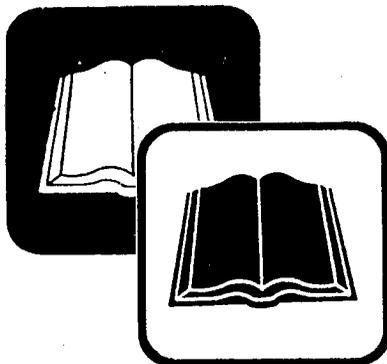
- a) cómo el liderazgo de opinión de los medios establece el estereotipo de un evento como un marco general de referencia para tratarlo;
- b) cómo el valor de la noticia funciona como filtro de selección, que centra su atención en determinados aspectos y los fija en el marco de referencia, y
- c) cómo el evento que es definido de esta forma estructura el tratamiento del evento real.

A este proceso de influencia recíproca de que hemos venido hablando se le llama *consonancia* y es definida como la similitud esencial en la presentación de un asunto en todos los medios. Esta similitud es definida como la uniformidad de datos y argumentos que no resultan de la realidad sino más bien de la selección hecha por los comunicadores.

Es importante, sin embargo, no caer en la simpleza de entender la consonancia como igualdad de contenidos. En un sistema plural de medios, la consonancia en el contenido de los medios sólo puede tomarse como un indicador de la clara preponderancia de un tópico, de un punto de vista o de un juicio.

En el caso de la noticia internacional, en la que muchos medios reciben la información a través de las agencias internacionales, la consonancia tendría que investigarse a varios niveles:

- a) En el nivel del establecimiento de la pauta informativa, en la que se deciden que eventos se publican o no. En este sentido, los estudios sobre "agenda-setting" (establecimiento de la agenda) podrían ofrecer referencias metodológicas importantes.
- b) En el nivel del enfoque, en el que se determina la perspectiva adoptada en el reportaje.
- c) En el nivel de la evaluación, en el que se decide cómo en el reportaje se evalúa el evento y que líneas argumentales se usarán.



### 3. El contexto

Tanto los estudios que se han centrado en el valor de las noticias como aquellos que pretenden estudiar la influencia de la variable organizacional en la actual situación del flujo internacional de información, resultan a nuestro juicio peligrosamente descontextualizados desde el momento en que ignoran en sus explicaciones la incidencia de factores históricos y socio-culturales que determinan, en primer lugar, que los eventos sean tratados por los medios de comunicación, y, luego, que sean evaluados y transmitidos con ciertos valores.

Las investigaciones que se han centrado en la influencia de las variables contextuales para estudiar la información internacional, han abarcado diferentes perspectivas epistemológicas y axiológicas: desde aquellas que pretenden establecer como determinantes factores nacionales o locales, hasta las que basadas en conceptos globales como la dependencia cultural, la teoría del imperalismo estructural, por ejemplo, tratan de ofrecer marcos de interpretación más amplios.

Buena parte de los estudios que han intentado demostrar la falsedad de las quejas sobre el desbalance y la distorsión en el flujo de información Norte-Sur, se han centrado en las variables "locales" como determinantes de las noticias que se producen y recibe el Tercer Mundo.

Stevenson y Shaw (1984), responsables del estudio<sup>6</sup> en 17 países encargado por la UNESCO, demostraron que:

1. Los medios, en general, prestan

mayor atención a la región local que a cualquier otra parte del mundo.

2. Es mayor el flujo Norte-Norte que Sur-Sur.
  3. Globalmente, el Tercer Mundo domina las noticias del Tercer Mundo, mientras que los países soviéticos y del Este de Europa eran escasamente cubiertos.
  4. "A través de todas las naciones, regiones, sistemas políticos y económicos, un patrón emerge: noticia es política".(p. 44) "Un segundo grupo de tres tópicos, cada uno con un porcentaje cercano al 10 % del total, tiene que ver con economía, temas de defensa (incluida la guerra) y el tópico menos serio [sic] de deportes." (p. 47)  
"El mercado de las noticias son los gobiernos oficiales" (p.56)
  5. El hecho de que las agencias internacionales de noticias, más que influir en cómo se presentan las noticias, con frecuencia establecen la agenda (pauta) de los medios.
  6. Más que destacar el uso de las 4 mayores agencias internacionales de noticias, el estudio reveló la ausencia en el uso de otras agencias alternativas.  
"Sobre la totalidad estudiada, sin embargo, nos impresionamos con la cantidad y variedad de información disponible para los editores en varias partes del mundo, así como son su limitado y estrecho uso que le dan."(p. 56)
- Ciertamente, el papel de los editores locales en la reelaboración y evaluación de la información de las agencias internacionales, las presiones de las élites nacionales en el suministro de información y en el tratamiento de los acontecimientos foráneos, los intereses geo-políticos, económicos y de política exterior en la cobertura y evaluación de la información internacional, son factores que han sido estudiados como determinantes en el flujo mundial de información. Sin embargo, lo que parece faltar en este tipo de estudios es una interpretación más global, sobre todo cuando se observa en ellos pos-

turas claramente etnocéntricas o escasamente reflexivas.

El estudio desarrollado por Robert Haynes (1984)<sup>7</sup>, como ejemplo de interpretación compleja, planteó el análisis de los resultados a la luz de los postulados de la teoría del imperialismo estructural de Galtung. Partiendo de que el mundo está formado por estados desarrollados "centros" y estados subdesarrollados "periferias" y de que existe, según Galtung, un tipo sofisticado de relación de dominación que trasciende las naciones y que se basa en una posición ventajosa que el centro de la nación centro establece en el centro de la nación periférica para el beneficio compartido de ambos, Haynes pretendía resolver las siguientes expectativas:

"1. La interacción entre centro y periferia es *vertical*.

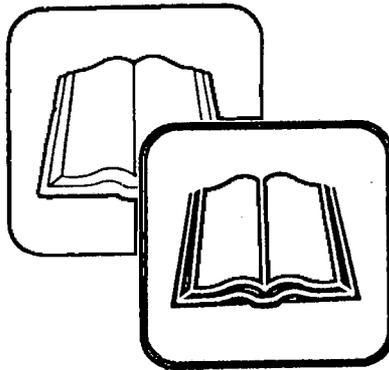
2. La interacción entre periferia y periferia está *ausente*.

3. La interacción multilateral que envuelva a *los tres* está *ausente*.

4. La interacción con el mundo exterior está *monopolizado* por el centro, con dos implicaciones: (a) la interacción de la periferia con otras naciones centro está ausente; y (b) la interacción del centro y periferia con naciones periféricas que pertenecen a otras naciones centro está ausente" (p. 201-202)

Exponemos a continuación alguna de las conclusiones a las que llega el autor:

1. "Parece, como Galtung sugiere, que la gente de las noticias en el Tercer Mundo ha absorbido fácilmente las lecciones de periodismo del mundo desarrollado. Los eventos (lo que sucede fuera de la rutina) constituyen las noticias. Hay razones para creer que los procesos de largo plazo tales como el desarrollo social y económico tienen muy poco espacio en las noticias del mundo subdesarrollado. En este sentido, aunque el mundo desarrollado no puede dictar historias específicas, si tiene influencia directa en el estilo de los reportajes e indirectamente en la selección de un tipo particular de historias noti-



cias. Parecería que algo de la dominación vertical de hecho existe, pero no es ni tan directa ni tan persuasiva como la teoría sugiere" (p. 213)

2. "Una vez que el producto de los servicios telegráficos llega al suscriptor, no todo el producto encuentra la forma de llegar a la población del país. El 'gatekeeper' determina qué pasará y qué no al periódico. Los gatekeepers definen lo que se convierte en noticia en los países en vías de desarrollo." (p. 205)
3. "La conclusión que parece extraerse es que la dependencia en una particular esfera funcional no coincide con la dependencia en las esferas culturales. Esta conclusión ofrece un posible soporte al argumento de que las culturas producen, seleccionan y canalizan información, mientras que las sociedades producen, seleccionan y canalizan bienes y servicios." (p. 214). En otras palabras, que la forma de analizar e interpretar la dependencia económica, tecnológica, financiera no se puede extrapolar al campo de la hegemonía cultural, que, según el autor, adquiere características y procesos diferentes.

#### A MANERA DE CONCLUSION

La breve revisión que hemos presentado puede servir, por una parte, como muestra de las distintas tendencias teóricas en la investigación del flujo internacional de información, y, por otra, como reflexión de

los retos que podrían plantearse en futuras investigaciones en el área.

Aún cuando no se ha tratado el problema metodológico a lo largo de la discusión, es importante señalar que la mayoría de los estudios consultados han recurrido al análisis de contenido morfológico-temático como herramienta de estudio. Sin más ánimo que el de una postura crítica, habría que decir que las ciencias sociales y las de la comunicación han desarrollado técnicas y métodos de investigación para una "captura" cada vez más refinada de los datos.

El problema de la selección, producción y transmisión de información internacional resulta tan complejo que, además de las diferentes variantes del análisis de contenido, podría estudiarse con recursos como los que brinda la etnografía, los grupos de discusión, la entrevista en profundidad, etc; que permitirían enriquecer el conocimiento existente.

Finalmente, habría que decir que en el campo de la información internacional el área menos tratada es la que corresponde al receptor, si bien los estudios se han centrado en las instituciones de comunicación y en los contextos de producción y transmisión, desconocemos casi por completo qué pasa al otro lado de la noticia internacional.

#### Notas

<sup>1</sup> Buena parte de los estudios sobre el flujo internacional de información se han dedicado a los aspectos relacionados con la producción y transmisión de la noticia internacional; de manera que, aun cuando existan claras diferencias entre los términos, hablaremos de información internacional y de noticias internacionales como sinónimos.

<sup>2</sup> Un ejemplo de ello es el estudio realizado por Wayne Wolfe (1959), en el que analizaba la imagen de Estados Unidos en 19 periódicos latinoamericanos, y en el que el autor encontró que de las doce "imágenes" ofrecidas por la prensa de la región sobre EE.UU.: 3 eran positivas, 3, neutras, y 6, negativas. Louise F. Montgomery y Liliana Sánchez (1985) han realizado un reestudio de aquella investigación, cuya conclusión es que ha habido un cambio en la cobertura de EEUU en la prensa latinoamericana: menos extensión y una tendencia hacia una visión más negativa de ese país.

<sup>3</sup> Excede a nuestros propósitos una relación pormenorizada de las investigaciones en este campo; sin embargo, ofrecemos al final

de este artículo una bibliografía comentada en la que se describen brevemente algunos de los estudios, a fin de que sirva como una guía de consulta para los interesados en el tema.

<sup>4</sup> Sobre el papel de los medios de comunicación de masas en la transformación del universo de acontecimientos en acontecimientos públicos, consultar a Manuel Martín Serrano, "La producción social de la comunicación", Alianza Editorial.

<sup>5</sup> Este término ha sido extraído de Thomas Ahern Jr (1984). Hemos decidido adoptarlo traducéndolo directamente del inglés, ya que como etiqueta evoca alguna de las ideas planteadas por este enfoque. Quizás más correctamente habría que hablar de la perspectiva de la "industria de la información", pero pensamos que se corre el riesgo de confundirse con el de la "industria cultural".

<sup>6</sup> Este estudio nos parece un ejemplo de cómo un poderoso aparato metodológico y estadístico, no necesariamente es sinónimo de solidez teórica, además de las objeciones que se le pudieran hacer en relación al muestreo de los diarios de los 17 países involucrados, encontramos que la validez externa, es decir, la posibilidad de ofrecer explicaciones más allá del ámbito de la muestra, puede resultar dudosa.

<sup>7</sup> En esta investigación se usó el mismo corpus que la coordinada por Stevenson en 1984; pero la diferencia es que Haynes se planteó el análisis de los datos no desde una perspectiva meramente descriptiva, sino usando como marco epistemológico la teoría del imperialismo estructural de Galtung.

## BIBLIOGRAFIA COMENTADA

• **AHERN, Thomas, Jr.** "Determinants of Foreign Coverage in U.S. Newspapers". En: STEVENSON, Robert L. y Donald Lewis, SHAW (ed), "Foreign News and The New World Information Order", The IOWA State University Press, IOWA, 1984, p. 217 - 236.

*Este capítulo analiza los determinantes que permiten predecir la cobertura de noticias internacionales, atendiendo a cómo y cuánto influyen las características económicas, políticas, sociales y geográficas nacionales en el flujo internacional de noticias. El análisis lo hace a la luz de dos perspectivas: la de los gatekeepers y la perspectiva "logística".*

• **ARNO, Andrew and Wimal, DISSANAYAKE** (ed). "The News Media in National and International Conflict". Westview Press, Inc., Colorado, 1984.

*Los autores estudian la participación de los MCM en los conflictos nacionales o internacionales, analizando si son actores o de qué maneras intervienen. Contiene los cuadros de los resultados de diferentes estudios y enfatiza el papel de la TV.*

• **CUTHBERT, Marlene.** "Ideological Differences in Press Coverage of the Grenada Crisis". En: Peter Desbarats and John Southerst (comp. y ed.), "Information/Crisis/Development: News from the Third World", The Graduate School of Journalism, The

University of Western Ontario, Ontario, 1986, p. 91-109.

*El artículo hace un análisis de contenido (morfológico-temático) de los la información de la prensa norteamericana, caribeña y europea sobre la invasión norteamericana a Grenada. A pesar de que analiza los textos, el artículo sólo presenta los resultados del estudio de los titulares. Encuentra relación entre una cobertura más positiva en aquellos países más involucrados en el evento: EEUU y algunas naciones del Caribe; así como una cobertura más negativa de los países europeos y Canadá. Concluye vagamente sobre los condicionantes históricos, políticos, económicos y socioculturales que influyen en el trabajo periodístico.*

• **CHANG, Tsan-Kuo; SHOEMAKER, Pamela J. and Nancy, BRENDLINGER.** "Determinants of International News Coverage in U.S. Media". En: Communication Research, Vol, 14, Nº 4, August 1987, p. 396-414.

*El estudio intenta discriminar entre una serie de variables que pueden ser determinantes en la selección de un evento como noticiable o no en los medios de comunicación norteamericanos. Revisa algunos estudios en el área. Los resultados, al estudiar The New York Times y las redes de-TV, apuntan a que la desviación normativa de un evento, la relevancia para los EE.UU., el potencial para el cambio social y la distancia geográfica, son los factores con mayor coeficiente. El artículo también reseña dos interesantes investigaciones de Östgaard (1965) y de Hester (1973).*

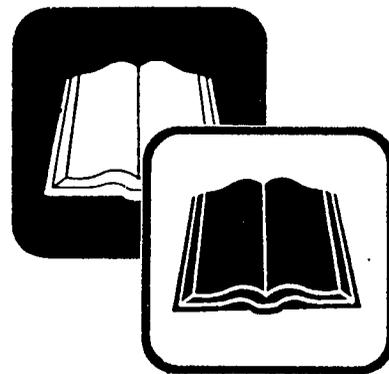
• **HAYNES, Robert D., Jr.** "Test of Galtung's Theory of Structural Imperialism". En: STEVENSON, Robert L. y Donald Lewis, SHAW (ed), "Foreign News and The New World Information Order", The IOWA State University Press, IOWA, 1984, p. 200-216.

*Usando como marco teórico la tesis del imperialismo estructural de Galtung, el autor analiza con los datos de 17 países (medios de comunicación impresos y su relación con las agencias internacionales de noticias) los siguientes aspectos: (1) las fuentes de las noticias internacionales; (2) la estructura feudal del flujo informativo; (3) la dirección del flujo o estructura vertical; (4) los efectos de la dirección política sobre las noticias; y (5) el caso del establecimiento de la agenda (agenda-setting). En las conclusiones hace una revisión de la teoría.*

• **LINK, Jere H..** "Test of the Cultural Dependency Hypothesis". En: STEVENSON, Robert L. y Donald Lewis, SHAW (ed), "Foreign News and The New World Information Order", The IOWA State University Press, IOWA, 1984, p. 186 - 199.

*El autor analiza la relación entre la temática y los tópicos de la prensa de 3 países latinoamericanos (México, Brasil y Argentina) y los de las agencias internacionales de noticias. Matiza la teoría de la dependencia cultural, demostrando que si bien los tópicos coinciden, la temática no.*

• **LOZANO, José Carlos.** "Imágenes de México en la prensa norteamericana: análisis



comparativo de la cobertura de México en Times y NewsWeek de 1960 a 1986". En: Comunicación y Sociedad, Cuadernos del CEIC, Univ. de Guadalajara, Nº 7, 1989, p. 77-102.

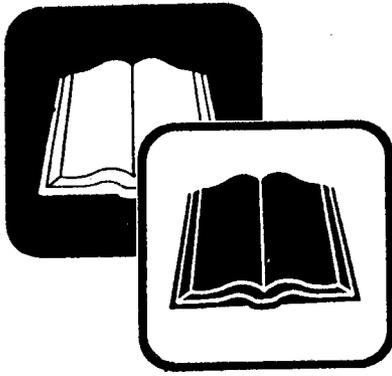
*El principal supuesto de este trabajo es que la forma en que la prensa norteamericana cubre y define los sucesos mexicanos, influye y refleja al mismo tiempo la política exterior de EEUU sobre México y el apoyo público a dicha política. Otro supuesto que enmarca este estudio establece que la descripción de un evento en términos de crisis o conflicto predispone a las audiencias de los medios contra ese evento y contra la gente o país en el que desarrolla. Hace una breve reseña de otras investigaciones sobre América Latina en la prensa de EEUU. Se trata de un trabajo de análisis temático y morfológico.*

• **Mc ANANY, Emile** "The Representation of Latin America in North American Television News". En: Peter Desbarats and John Southerst (comp. y ed.), "Information/Crisis/Development: News from the Third World", The Graduate School of Journalism, The University of Western Ontario, Ontario, 1986, p. 79-85.

*El estudio analiza las noticias sobre Centroamérica en la televisión norteamericana transmitidas entre 1972 y 1981. La autora categoriza la información en dos grupos: informaciones que no hacen referencia a CRISIS y aquellas que sí. Examina además el cambio informativo que hubo en 72-78 y del 78 al 81. El hito lo marca la muerte de Pedro Chamorro. Reseña brevemente una investigación realizada para el mismo lapso de tiempo, pero tomando a América Latina en su totalidad.*

• **MONTGOMERY, Louise F. and Liliana, SANCHEZ.** "The United States in the Latin America Press 1959 and 1984". (mimeo) presented in the International and Development Communication Division, International Communication Association, 35th Annual Convention, May 23-27, 1985, Honolulu, Hawaii.

*El artículo es un reestudio de otro realizado por Wayne Wolfe en 1959, que encontró 12 imágenes de EEUU en 19 periódicos latinoamericanos: 3 positivas, 3 neutras y 6 negativas. Contiene las categorías temáticas utilizadas en el estudio. Es un estudio descriptivo que concluye que ha habido un cam-*



bio en la cobertura de EEUU en la prensa latinoamericana: menos extensión y una tendencia hacia una visión más negativa de ese país.

• NOHRSTEDT, Stig Arne. "Ideological News Reporting from Third World: A Case Study of International Newspaper and Magazine Coverage of the Civil War in Nigeria 1967-70". En: *European Journal of Communication*, SAGE, London, Vol. 1, 1986, p. 421-446.

El artículo presenta un estudio empírico de posiciones opuestas en el debate sobre las fuentes de la distorsión y el desbalance en los reportajes de los asuntos del Tercer Mundo: ¿Se deben a un sesgo ideológico o a una escasez de libertad de prensa en los países involucrados? Se realizó un análisis de la cobertura de la guerra civil en Nigeria entre 1967-70 en diarios y revistas en países con diferentes actitudes hacia el gobierno federal y los rebeldes de Biafra - Gran Bretaña, Francia, Alemania, la Unión Soviética y EEUU. Los resultados confirman la influencia de los factores ideológicos, principalmente las imágenes de colonia tradicional y los actuales intereses de políticas exteriores; sin embargo, reconoce que las restricciones al acceso de fuentes noticiosas pueden haber tenido algún impacto.

• NOELLE-NEUMANN, Elisabeth and Rainer, MATHES. "The 'Event as Event' and the 'Event as News': Media Effects Research". En: *European Journal of Communication*, (SAGE, London) Vol. 2, Nº 4, December 1987; p. 391-414.

Basados en la investigación realizada por Halloran, Elliot y Murdock, "Demonstrations and Communications" (1970), los autores intentan demostrar las diferencias que hay entre 'los eventos como eventos' y 'los eventos como noticias'. Analizan diferentes factores que intervienen en la selección, interpretación y difusión de un evento como noticia. Tratan sobre el fenómeno de la consonancia en el contenido de los medios.

• RILEY, Marie and Robert, LAKE. "Third World News in Canadian Tabloids and Broadsheets". En: Peter Desbarats and John Southerst (comp. y ed.), "Information/Crisis/ Development: News from the Third World", The Graduate School of Journalism, The University of Western Ontario, Ontario, 1986, p. 86-90.

El estudio realiza un análisis de contenido de 7 diarios canadienses a fin de determinar cuántas y qué tipo de información sobre el Tercer Mundo se publica en ellos. La variable independiente del estudio es el tamaño de la publicación: tabloides vs. estándar (broadsheets). Las variables dependientes: volumen de cobertura, la fuente, género y tema (guerra, disturbios civiles, relaciones exteriores, política, economía, educación, accidentes, crímenes, cultura, ecología, interés humano, legal, religión, ciencia y tecnología, medidas sociales, deportes, viajes, costumbres).

• SCHMITT, Carmen and Walter C., SODERLUND. "Television and Newspaper Coverage of Latin America and Caribbean News: A Canadian-American Comparison" En: *N/S*, Vol. VII, Nº 13, 1982, p. 55-74.

El centro de atención de este artículo es un estudio de las noticias sobre América Latina y el Caribe presentadas en periódicos y televisiones de Canadá y EEUU en el otoño de 1980. El estudio hace una breve reseña de las investigaciones sobre la imagen de América Latina en los medios norteamericanos. Ofrece porcentajes de cobertura, así como el papel de las agencias de noticias. El artículo contiene tablas de datos, en las que destacan las diferencias entre prensa y televisión en la cobertura de AL. Interesa fundamentalmente por los datos de las diferencias entre los medios.

• STEVENSON, Robert L. and Richard R., COLE. "Issues in Forcing News". En: STEVENSON, Robert L. y Donald Lewis, SHAW (ed), "Foreign News and The New World Information Order", The IOWA State University Press, IOWA, 1984, p. 5-20.

Este capítulo examina tanto las acusaciones realizadas sobre el desbalance y la distorsión del flujo de información por los países del Tercer Mundo a los países industrializados, como los estudios que matizan la completa responsabilidad de estos últimos en el actual orden de información.

• STEVENSON, Robert L.. "Research Methodology". En: STEVENSON, Robert L. y Donald Lewis, SHAW (ed), "Foreign News and The New World Information Order", The IOWA State University Press, IOWA, 1984, p. 21-36.

Este artículo describe la investigación encargada por la UNESCO a la International Association for Mass Communication Research para estudiar "la imagen dada por los medios masivos en los países industrializados de los países en vías de desarrollo en los pasados 20 años y de las cambiantes relaciones económicas y políticas en la comunidad internacional". Contiene el libro de códigos del estudio.

• STEVENSON, Robert L. and Richard R., COLE. "Patterns of Foreign News". En: STEVENSON, Robert L. y Donald Lewis, SHAW (ed), "Foreign News and The New World Information Order", The IOWA State University Press, IOWA, 1984, p. 37-62.

NOII - NOTICIAS INTERNACIONALES - FLUJO DE INFORMACION - ANALISIS CUANTITATIVO

Este capítulo recoge los resultados del análisis de los datos provenientes de 17 paí-

ses. Contiene tabla de datos y analiza los patrones temáticos que siguen tanto los diarios analizados como las agencias internacionales de noticias.

• STEVENSON, Robert L. and Kirstin D., THOMPSON. "Contingencies' in the Structure of Foreign News". En: STEVENSON, Robert L. y Donald Lewis, SHAW (ed), "Foreign News and The New World Information Order", The IOWA State University Press, IOWA, 1984, p. 71-87.

El capítulo examina los resultados del estudio encargado por la UNESCO de 17 países, de una manera particularizada por países, empleando el análisis de contingencia. El interés es la definición de análisis de contingencia y la forma como presenta los cuadros de resultados.

• STEVENSON, Robert L. and J., WALKER SMITH. "Cultural Meaning of Foreign News". En: STEVENSON, Robert L. y Donald Lewis, SHAW (ed), "Foreign News and The New World Information Order", The IOWA State University Press, IOWA, 1984, p. 98-105.

Este capítulo trata de la aplicación del diferencial semántico de Osgood para comprobar si las acusaciones hechas a Occidente sobre el tratamiento prejuiciado y negativo de las noticias del Tercer Mundo, se debe a la forma cómo las agencias de noticias occidentales cubren estos eventos, o a las diferencias culturales en la percepción de los significados de las palabras. Comparan las noticias de Libano y México en *The Times* y en el *Newsweek*, empleando los atlas lingüísticos desarrollados por Osgood.

• SCHULZE, Ingrid. "La imagen de España en el «Pfenning-Magazin» alemán entre 1833 y 1842". En: *Revista de Ciencias de la Información*. Univ. Complutense. Madrid. Nº 6, 1989. PRENSA - ESPAÑA - IMAGEN

En la primera parte del artículo la autora expone la historia de los magazines de penique y su difusión en Inglaterra, Francia, Alemania y Holanda. Luego presenta los resultados del análisis de contenido, basado solamente en el resumen y en la ordenación cronológica sin ningún criterio. Para ello toma 10 de los 57 artículos aparecidos en el «Pfenning-Magazin» alemán, y describe brevemente su contenido. Se trata de un artículo bastante flojo.

• Van DIJK, Teun A.. "La noticia como discurso. Comprensión, estructura y producción de la información". Paidós Comunicación, Barcelona, 1ª edición, 1990, 284 págs.

El autor en la primera parte hace un reseña histórica de los antecedentes y disciplinas que han ido conformando la disciplina del análisis del discurso. Seguidamente expone el análisis del discurso periodístico en los términos de un análisis tridimensional: sintáctico, semántico y pragmático. En la tercera parte, expone la teoría cognitiva para el estudio de la producción periodística: es decir para explicar la noticia como procesamiento de discurso y cognición social. Habla también de los valores periodísticos y estrategias de procesamiento de información.

## ¿Construir es inventar?

### Los medios, la comunicación, las políticas involuntarias

Silvia Hopenhayn



**E**liseo Verón, recién aterrizado en Buenos Aires, llega para una Feria del Libro, de la cual debería ser uno de sus principales protagonistas. ¿Por qué? Por su trayectoria vasta y continua, minada de descubrimientos en el terreno de las teorías de la comunicación. Precoz y permeable a una sociedad inquieta, Doctor de Estado en lingüística de la Universidad de París, Verón emigró de la Argentina en 1971. Desde entonces se volvió tan inquieto como la sociedad, quizá para ejercitar la instancia del reconocimiento. En estos últimos años se ha consagrado al estudio de los discursos sociales en los medios de comunicación, prensa escrita, radio y televisión. También ha participado en múltiples encuentros y planificaciones, en busca de políticas comunicacionales de voluntaria especificidad y concreción. Además de ser un pragmático del pensamiento (esto no crea dependencia, simplemente se trata de una vocación de tipo ejecutiva intelectual), dirige una colección (*El mamífero parlante*, de la editorial Gedisa) cuyos títulos construyen un paradigma de fantasiosa (en un sentido creativo, no degenerador) praxis interdisciplinaria.

Justo antes de partir de París, *El Cronista Cultural*\* se comunicó

con Verón para anticipar aquí el estado de sus ideas.

—En sus diferentes textos se ha referido usted con frecuencia a la construcción de lo real, del acontecimiento. ¿Cuál sería hoy esa realidad construida?

—Construir el acontecimiento fue, en la época en que apareció el libro que lleva ese nombre, una fórmula destinada a enfrentar la ideología social (constantemente reforzada por los periodistas, cuando hablan de su trabajo) según la cual los medios informativos no hacen otra cosa que reflejar, más o menos bien, la “realidad”. Ideología inseparable de la clásica distinción entre información (reflejo) y opinión (expresión del “punto de vista” del periodista). Por supuesto, la información sobre un acontecimiento no se reduce a las cifras de un resultado electoral o del número de muertos en un accidente, o al nombre de la ciudad donde ocurrió: la información sobre un acontecimiento es el conjunto de escritura e imagen que se moviliza para tratar la actualidad. Toda información es construida, porque (¡por suerte!) no hay una sola manera de contar algo, sino muchas. La idea que es socialmente difícil de aceptar es que así como una ficción es construida, un acontecimiento que nos relatan los

medios es también construido, porque toda producción de sentido es una construcción. Para nosotros, humanos, lo que llamamos “realidad” es inseparable del imaginario; el discurso informativo de los medios está embebido de imaginario, estas dos dimensiones no se pueden separar. La realidad en sí misma, como se sabe, sólo Dios la conoce.

Pero esa realidad que llamamos “nuestra realidad” no es una pura invención. La idea de “inventar” es individual: es siempre un individuo que inventa algo (un autor, por ejemplo). El imaginario de un medio informativo está íntimamente ligado a su posición respecto de la sociedad y de sus receptores (lectores, televidentes, oyentes, etc.). La construcción de la realidad social de que se trata en los medios no es una cuestión de “invención”, está determinada por múltiples factores económicos, sociales y culturales.

—¿Los medios de comunicación masiva, sucumben al lenguaje o lo producen?

—Pregunta difícil, porque hay que contestar: las dos cosas, como la historia del huevo y la gallina. La relación entre los medios y la sociedad es totalmente circular. Los medios trabajan a partir de contenidos culturales que circulan y evolucionan en

el seno de la sociedad (y al “trabajarlos” los transforman), y la sociedad retoma y retransforma la “materia” que los medios difunden en la sociedad. Es por eso que la noción de “reflejo” es totalmente inadecuada para comprender los medios. Ni los medios “reflejan la sociedad” ni la sociedad “refleja” los medios. Se trata de una causalidad circular, que es un tipo de proceso hoy en día bien conocido por los teóricos de la comunicación y también por los biólogos.

Habría que agregar que los “efectos” de los medios son más complicados de lo que se imaginó durante mucho tiempo. Durante años, la investigación sobre los efectos de los medios osciló entre dos actitudes extremas: por un lado, los medios tienen un enorme poder y alienan las conciencias (tradicción de la investigación europea, simplificando al extremo); por otro lado, los medios tienen un poder limitado y muy indirecto. De nuevo: la alternativa es falsa. Diferentes tipos de lectores leen el mismo diario por razones muy diferentes; un mismo programa de televisión es “consumido” por diferentes televidentes de maneras totalmente distintas. En cada caso, los efectos son distintos y la “influencia” del medio varía. La recepción de los medios es un fenómeno complejo, que apenas empieza a estudiarse seriamente. Según las circunstancias, los medios pueden anticipar, acelerar, amplificar o simplemente reproducir. Por ejemplo, en la lucha por la igualdad entre el hombre y la mujer en la sociedad contemporánea, los medios han jugado, en los países llamados “centrales”, un rol importante. En todos los casos, el discurso, el lenguaje y sus transformaciones, son el elemento central.

**—¿Existe o debería existir una política de los medios de comunicación o ésta es pura consecuencia de la política en general?**

—Todos los casos existen. Por supuesto que una política de medios de comunicación debería ser un elemento central en la estrategia de todo gobierno democrático moderno, pero no ocurre siempre así. Los medios se han convertido en uno de los meca-

nismos centrales del funcionamiento de la democracia, y muchos gobiernos, a pesar de la fascinación que los medios ejercen sobre los políticos, no tienen ninguna reflexión seria al respecto. Francia me parece un buen ejemplo de esta carencia.

En los Estados Unidos primero, en Europa después, los medios han sabido ganar, a lo largo del siglo, su autonomía respecto del poder político, en contextos nacionales muy diferentes en un caso y en otro. Una cierta crisis de la legitimidad de lo político (que se expresa bajo la forma de una indiferencia creciente de los ciudadanos hacia la política tradicional, y que se siente claramente en todos los países “centrales”) ha acentuado, estos últimos años, la importancia de la intervención de los medios en el funcionamiento y la evolución de la sociedad civil. La descomposición progresiva de las ideologías tradicionales (de derecha y de izquierda) y de su discurso. Los medios están reemplazando a los políticos en el tratamiento de problemas fundamentales de nuestras sociedades. En las sociedades “centrales” los políticos están hoy en posición débil, frágil, respecto de los medios. No es que a la gente no le interesa más la política y prefiere mirar la televisión: las últimas elecciones francesas han mostrado a la vez el desinterés por los partidos tradicionales y el vivo interés por la política. Dado que la clase política que gobierna hoy en los países occidentales no encuentra el discurso que la gente espera para los años noventa, lógicamente los medios tienden a ocupar su lugar. La responsabilidad social de los medios es entonces cada vez más grande. ¿Pero cuál es el lugar de los medios en estas democracias de fin de siglo? ¿Cuál es su legitimidad, su relación con el Estado y con la sociedad?

Enorme debate que apenas comienza. Y que nosotros, los ciudadanos no debemos dejar simplemente en manos de los medios. Estos, como cualquier ser humano, son complacientes, cuando se trata de reflexionar sobre sí mismos.

**—¿Comunicación y cultura se**

**complementan o se confunden?**

—La comunicación, desde un punto de vista global, es esa dimensión de lo social en que se produce el sentido (de la propia vida, de la realidad que nos rodea, de la relación con los demás, etc.). Desde este punto de vista, la cultura es comunicación, y no es otra cosa que comunicación. Podríamos decir que lo que llamamos comunicación es el conjunto de procesos, mecanismos, funcionamientos, que hace que una cultura exista. Naturalmente, esto es válido en cualquier sociedad, antigua o moderna, “primitiva” o civilizada.

Lo que es nuevo en las sociedades industriales, que se han convertido en sociedades mediatizadas, es que, sobre la base de tecnologías cada vez más complejas, actores institucionales de importancia creciente (los medios) se convierten en el lugar central de producción —circulación de discursos (y por lo tanto de sentido) de la sociedad. A diferencia de las sociedades en que no había medios (“primitivas” o civilizadas), en nuestras sociedades mediatizadas la cultura se construye y evoluciona en una escala radicalmente diferente de la escala del individuo. Este desfase es cada vez mayor. Los medios funcionan según la lógica económica del “mercado de discursos”, y cada uno de nosotros según múltiples lógicas de vida, irreductibles a la lógica del mercado. Y como las sociedades democráticas son cada vez más complejas, la relación entre los discursos de los medios y las múltiples categorías de receptores (o “consumidores”) es cada vez más complicada. La lógica económica tiene, a priori, una vocación uniformizante de lo social (piénsese en todo lo que se ha dicho sobre la “economía de escala”). La sociedad civil depositaria de la cultura encarnada en cada individuo, es fuente de diversidad y de multiplicidad: es ella la que puede permitirnos transformar y preservar la democracia en crisis de los años noventa.

\* Entrevista tomada del diario argentino El Cronista, del día 19 de abril de 1992. La misma apareció en El Cronista Cultural, páginas 10 y 11.



La aprobación de la Ley de Cine, la "conquista" del cine La Previsora, como espacio exclusivo para el cine latinoamericano, auguran un porvenir más digno para la cinematografía nacional.

Aparte de estas buenas noticias, tenemos que citar los estrenos de las películas "Golpes a mi puerta" de Alejandro Saderman y "Roraima" de Carlos Oteyza, ambas realizadas bajo criterios de coproducción.

Sobre el aspecto de la coproducción, creemos que es necesario que FONCINE o el nuevo organismo creado por la Ley recientemente aprobada se aboquen a la tarea de elaborar un mínimo de normas que reflejen una franca oposición a los intereses comerciales que en algún momento pretendan obstaculizar o tergiversar la libertad creativa del cineasta. Por ejemplo, en el caso de Venezuela, la convergencia entre el cine y la televisión denota serias dificultades (éste pudiera ser el caso de "Roraima"). No debemos olvidar que los gerentes y propietarios de los canales de televisión son los que a fin de cuentas imponen los criterios comerciales de programación, con miras a absorber el 70% de la inversión publicitaria, que en metálico equivale a 50 mil millones de bolívares anuales. A tal efecto, insistimos en la creación de un código de coproducción que garantice la proposición autoral del cineasta frente al medio televisivo.

Finalmente, otras de las alternativas de rentabilidad de nuestra cinematografía debería de apuntar hacia la creación de una política que obligue a los exhibidores a cumplir con el contrato de contribución estipulado por FONCINE, en donde se compromete a asignarle el 6.6% de la taquilla bruta por concepto de exhibición de películas y establecer estrategias concretas de comercialización a nivel internacional.



Con el tema genérico "Comunicación y Democracia" se celebró en Caracas, los días 27, 28 y 29 de Octubre de 1993, un importante encuentro, que reunió a destacados investigadores de la comunicación y periodistas, tanto nacionales como extranjeros. En la organización del mismo participaron el Colegio Nacional de Periodistas (CNP), el Comité por una Radio-Televisión de Servicio Público (RTSP), el Instituto de Investigaciones de la Comunicación (ININCO/UCV) y la Fundación Audiovisual y Cultural "Imagen Latinoamericana" (FACIL).

En el texto de la convocatoria, los organizadores explicaban las razones de la importancia y de la oportunidad del Simposio. Algunas de esas razones son de interés general, otras de interés regional o nacional. "Pese a las apariencias, los medios electrónicos se concentran e internacionalizan, ha bajado más aún su calidad global, su información es unilateral, acaparan una parte exagerada de la inversión publicitaria y protagonizan una indetenible escala a la profanación de los más sagrados e íntimos valores humanos". "En el Sur, casi no disponemos de los 'anticuerpos' de las sociedades desarrolladas del Norte: redes cableadas, enlaces satelitales multidireccionales, servicios públicos de radiotelevisión, combativas Asociaciones de Usuarios. En ese contexto, nuevas e inminentes tecnologías (digitalización, alta definición, comprensión de la señal) pueden traducirse en más dependencia". "¿Puede subsistir una democracia política sin democracia comunicacional? ¿Cómo contrarrestar los abusos en la libertad de expresión cometidos a nombre de la libertad de empresa? ¿Cómo mejorar, en democracia, el entorno cultural degradado por ciertos grandes medios?". "Muchos de estos viejos problemas, tradicionalmente agudos en los países en desarrollo y de economía dependiente, con sectores empresariales muchas veces insensibles a la problemática socio-cultural, se han agravado con los recientes procesos de globalización, las des-regu-

laciones, las des-nacionalizaciones, las concentraciones de medios y las imposiciones de las fuentes internacionales de financiamiento". "Las turbulencias de la vida nacional a lo largo del quinquenio que concluirá el 6 de Diciembre próximo, con las elecciones, y el importante rol que, por acción u omisión, correspondió a los medios, hacen de Venezuela un lugar privilegiado para replantear a la región uno de los grandes temas de este final de siglo: el de las relaciones entre el poder de comunicar, el poder político, y el concepto y destino de la democracia".

El programa de ponencias hubo de sufrir, a última hora, algunas modificaciones no muy substanciales. Concretamente, una huelga aérea en Francia impidió la presencia en Caracas de Ignacio Ramonet y de Armand Mattelart. El primero fue substituido por el investigador venezolano Alejandro Alfonzo. La ponencia del segundo - "Nuevos horizontes de la comunicación: el retorno de la cultura" - fue ajustada en su traducción al español y leída por José Ignacio Rey. El resto del programa se cumplió tal y como estaba previsto. Enrique Sánchez (México): "¿Han propiciado los medios de comunicación más democracia en América Latina?". Herbert Schiller (USA): "Globalización, desequilibrios y comercialización en comunicaciones: cómo asegurar la supervivencia del pluralismo democrático". Antonio Pasquali (Venezuela): Servicios Públicos de Televisión: ¿hay otro camino a la democracia electrónica?". George Gerbner (USA): "Culto a la violencia en los medios y entorno cultural: acciones para la liberación". Ernesto Mayz Vallenilla: "Comunicación y Poder: cómo asegurar su ejercicio democrático".

No puede dejar de reseñarse la presencia en el Simposio del abogado colombiano Carlos Alberto Vargas, quien tuvo la oportunidad de exponer una experiencia reciente, que le hizo famoso. Fue él quien introdujo en su país un recurso de amparo contra las televisoras, por supuesto daño moral (violencia) en las personas de sus tres sobrinos. Finalmente, la jurisprudencia colombiana sentenció contra las televisoras, a las que impuso directrices y obligaciones. A partir de ese hecho sin precedentes, se

creó en Colombia la Fundación "Promesa", que viene funcionando como mecanismo de presión de los televidentes ante el Consejo Nacional de Televisión colombiano.

Desde la revista "Comunicación" felicitamos a los organizadores del Simposio e instamos a los mismos para que se mantengan activamente unidos. Venezuela y América Latina necesitan espacios de discusión sobre sistemas comunicacionales, tanto vigentes como alternativos. Necesitan también mecanismos de presión y acciones orgánicas contra cualquier intento o proceso, por sutil o solapado que sea, de impedir el logro de una genuina democracia para nuestros pueblos.

José Ignacio Rey



Al parecer, el Ministerio de Transporte y Comunicaciones adjudicó la concesión de las frecuencias 2.5 y 2.7 megahertz a la empresa Conatel, una distribuidora de Televisión por Cable, frecuencias propiedad de las Fuerzas Armadas Nacionales, para el ejercicio de sus funciones propias de defensa del territorio venezolano.

El Ministro de la Defensa, Vicealmirante Radamés Muñoz León, reiteró ante el Congreso de la República, en carta enviada al presidente de la Comisión de Administración y Servicios del Senado, Rafael Galíndez, el mantenimiento del uso de dichas frecuencias por parte de la Armada. El presidente de Conatel, con un evidente desprecio e irrespeto por el orden constitutivo, propuso, a su vez, asignarles otras frecuencias a las Fuerzas Armadas.

Rafael Galíndez manifestó que la Televisión por Cable tendrá que salir de la frecuencia en que está operando, así como reestructurar la operación del servicio MMDS y programar el traslado gradual de las operaciones a la nueva frecuencia. Se sugirió, por otro lado, que el Ministerio de la Defensa se ponga de acuerdo con las compañías particulares

para conseguir los fondos necesarios para el traslado. También cabe la posibilidad de que la Armada abandone las frecuencias que le son propias, lo que supone cambio de costosos equipos, cuyo presupuesto oscila alrededor de US\$ 130.000.000. Rafael Galíndez añade que este costo debería ser pagado por los usuarios del servicio.

De todas maneras, parece un atropello a las Fuerzas Armadas Nacionales y al país, cuya responsabilidad estriba en los Ministros de Transporte y Comunicaciones que manejaron el despacho. Por el momento, el Congreso citará a los dos Ministros anteriores, Roberto Smith y Fernando Martínez Móttola, para que justifiquen su posición al respecto, quedando siempre abierta la posibilidad de un juicio por corrupción.



El sector telemático venezolano estima obtener al cierre del año recursos superiores a los 1 mil 500 millones de dólares por concepto de facturación.

Y de acuerdo a las proyecciones del Consejo Nacional de Informática, Telecomunicaciones y Electrónica, Conintel, ese sector facturará para 1995 aproximadamente 2 mil millones de dólares y para el año 2000, la cifra alcanzaría los 5 mil millones de dólares.

Del total estimado a recaudar en 1993, la banca asume 12%, recreación 10%; industria 9%; información, 8%; energía, 8%; comercio, 8%; turismo, 6%; educación, 5%; medios, 5%; seguridad, 4%; transporte, 4%; salud, 3%; agricultura, 2%; construcción, 1%; y otros, el 13 por ciento. Conintel, en el IV Simposio Fortaleza de Venezuela presentó un documento central en el cual plantea la situación actual y las perspectivas del sector telemático nacional; entendiéndose éste como el conjunto de técnicas, bienes y servicios que combinan a la telecomunicaciones y a la informática.

En ese informe se señala que las inversiones para la construcción de redes del sector telemático han crecido significativamente durante los últimos

cuatro años, pasando de 175 millones de dólares en 1989; 64 millones en 1990; 37 millones en 1991; y 870 millones en 1992. Estas cifras representan respectivamente en porcentaje sobre el Producto Interno Bruto del año respectivo los siguientes índices: (inversiones/PIB) 49%, 14%, 0,8% y 1,65%. Para los mismos períodos las inversiones que se hacen en el sector telemático, incluyendo a los equipos terminales que adquieren los usuarios y consumidores, son significativamente superiores; por ejemplo, las importaciones de equipos de informática durante 1991, según la Oficina Central de Estadística e Informática, superaron los 280 millones de dólares valor FOB, durante 1991. Según la Comisión, las estimaciones de inversiones anuales previstas para la construcción de redes o infraestructuras de transporte de comunicaciones más de la de equipos necesarios para ofrecer los servicios, son las siguientes: 1.247 millones de dólares, en 1993; 1.423 millones, 1.994; 1.760 millones, 1995; 2.128 millones, 1996; 2.325 millones, 1997; 2.470 millones, 1998; 2.679 millones, 1999, y 2.922 millones en el año 2000.

Asimismo, advierte el informe que el impacto económico de las inversiones en telecomunicaciones (ingresos/PIB) prevén un incremento progresivo de la participación del sector telemático en el PIB convirtiendo su participación de cerca 1,69% en 1992 a más de un 3% en 1994; 5,49% en 1996; 6,9% en 1998 y llegando a un 7,39% en el 2000. Esta tendencia sería mayor si se incluyen los equipos terminales que adquieren los usuarios y consumidores para uso interno o para cuando se conectan a las redes haciendo uso de diversos servicios telemáticos.

Las cifras de Conintel incluyen parte de estos equipos terminales; sin embargo, no pueden prever situaciones de aceptación masiva y penetración de mercado por el desarrollo de una cultura de información importante en Venezuela. En los países desarrollados, donde otros sectores económicos como el secundario y el terciario están altamente desarrollados, la participación en el PIB tiende a estabilizarse en un orden que oscila entre 4 y 5 por ciento.

#### Expansión y diversificación

Los resultados esperados del sector telemático, en el corto y mediano plazo,

## PORCENTAJE DE FACTURACION POR SECTOR

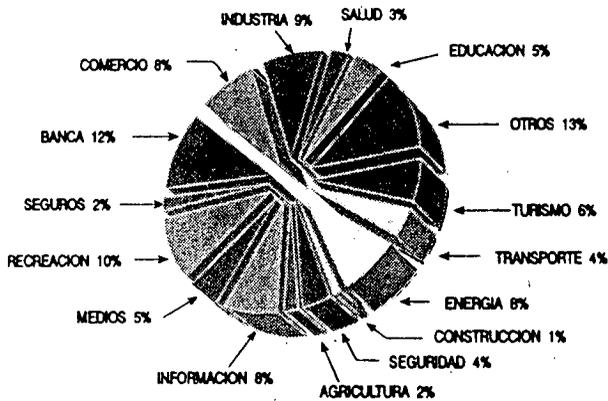
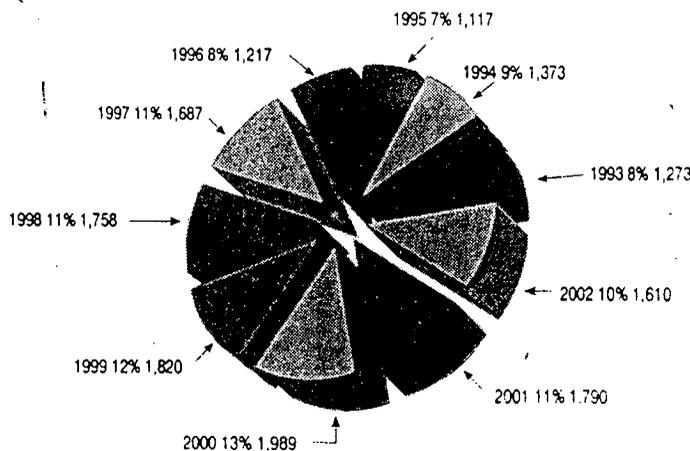


Gráfico 1

FUENTE: CONINTEL, Cálculos Propios

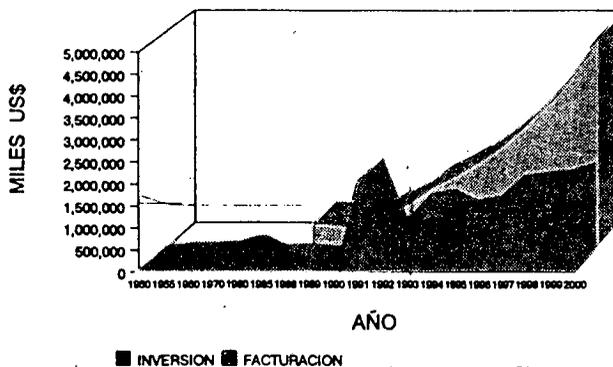
## INVERSION SECTOR TELEMATICO

PERIODO 1993 - 2002 TOTAL US\$ 15.633 MM



## SECTOR TELEMATICO VENEZOLANO

INVERSION Y FACTURACION DEL SECTOR



Fuente: CANTV, MTC, CONINTEL y Cálculos Propios

que avalen los montos de inversión antes descritos son:

1. Plataforma legal: a) La nueva plataforma legal lograría, entre otras cosas, garantizar las inversiones del sector y simplificar la permisología y, asimismo, evitaría aspectos contrarios a la libertad empresarial, tales como condicionamientos a la venta de acciones y a las facultades de administración. De lo contrario, los promotores e inversionistas podrían perder efectividad en sus ámbitos de negocios, ya que por simple disposición del Poder Ejecutivo sus actividades mercantiles, que antes le habían sido otorgadas, pudieran carecer de vigencia. b) La posibilidad de otorgar concesiones o permisos sin limitaciones, en cuanto a cantidad y tipo de servicio o a su ubicación geográfica, pudiendo existir más de una concesión o permiso de igual naturaleza en la misma área geográfica o en el mismo segmento del mercado.
2. Mercado: a) disminución progresiva de situaciones de dominio de mercado o de monopolios de hecho. b) Una creciente adaptación a las orientaciones del mercado abierto. c) La total apertura del sector evitaría que los empresarios y la comunidad en general limitaran sus actividades por la baja calidad de servicio y/o por la ausencia de los mismos, tanto de la red básica como de los nuevos servicios. Pareciera evidente que el desarrollo del sector se orientará hacia estos mercados, los cuales tienen mayor capacidad de consumo y pueden, en consecuencia, financiar la expansión del resto de las redes.
3. Tecnología: La satisfacción progresiva de la demanda contenida y la mejora de los índices de calidad de servicio y una oferta de servicios del mismo estándar a nivel nacional. Sistemas de control de averías para trabajar en forma moderna como una "empresa informática".
4. Fiscal: a) Con la instrumentación del Impuesto al Valor Agregado lograr la máxima reducción de los impuestos especiales o regalías impuestas al sector. b) La eliminación de las tasas y contribuciones previstas en la Ley vigente de telecomunicaciones permitirían que el Estado por simple vía

del Impuesto sobre la Renta percibiría su justa contribución y de esa forma se le daría al sector telemático la oportunidad de competir en igualdad de condiciones con otros sectores de la economía. c) Tan pronto como se imponga el IVA, proponer simultáneamente la eliminación de los impuestos especiales a las operadoras.

5. La oferta de bienes y servicios telemáticos: a) Las redes celulares esperan tener a mediano plazo, o sea, en 1995, una cifra de 350.000 usuarios. Los mayores beneficiarios serán los usuarios al favorecerse de una agresiva competencia entre las dos operadoras. La incorporación de tecnologías digitales permitirá incrementar las capacidades de usuarios y de tráfico de las redes. Sus metas incluyen la prestación del servicio con opciones sofisticadas a los clientes. A través de las redes celulares se contempla diversidad de servicios tales como transferencia de llamadas, conferencias, buzón electrónico, transmisión de datos, cobertura nacional y continental. b) Las once redes privadas de telecomunicaciones, en competencia del tipo punto a punto y sin conectividad al resto del universo de los usuarios, crearán subconjuntos de redes muy representativas y en segmentos muy particulares del mercado.
6. Recursos Humanos: Disponer de las necesidades de personal calificado hasta el año 2000, las cuales se estiman superiores a los 50.000 (personal técnico y gerencial). Se trata de un programa que implica la recaptación del personal directo existente y adicionalmente la formación de recursos en las nuevas tecnologías y sus tendencias.

#### Desventajas fiscales

El presidente de Conintel, Alfredo Avella, señaló que las operadoras de servicios del sector reducen su eficiencia y tienen desventajas con respecto a empresas de otros sectores, al tener que hacer pagos al Fisco Nacional que oscilan entre 5% y 10% de sus ingresos brutos. —El Fisco recibió en el orden de 3.500 millones de bolívares por los resultados obtenidos en 1992, cifra superior a la que había recibido durante los últimos diez años. En su opinión, la mo-

derna administración y adecuada utilización del espectro radioeléctrico representa una de las primeras prioridades. Mientras tanto se estaría perjudicando a este recurso natural limitado y trastornando la actual prestación de servicios, con ruidos e interferencias, además de limitar la oferta futura de otros servicios.

Mariela León



### CONVENIO ASOCIACION TELEVISION EDUCATIVA

El Convenio-Asociación de Televisión Educativa Iberoamericana compromete y estimula la planificación, producción y control de calidad de los audiovisuales venezolanos.

- \* El mismo surgió de la Declaración aprobada por la Cumbre de Jefes de Estado y de Gobierno, reunida en Madrid en Julio de 1992, y originalmente recibió el beneplácito de 17 países Americanos y de Europa, con una participación de más de 144 Instituciones, tanto oficiales como privadas, televisivas.
- \* ATEI fue una respuesta intercontinental a una de las propuestas del Gobierno Español, a través de su Ministerio de Educación y Ciencia, en el marco de las Celebraciones del Quinto Centenario del Descubrimiento de América.
- \* El objetivo primario ha sido el beneficio común intercontinental de la utilización gratuita de tres(3) horas diarias, cinco días a la semana, del satélite español HISPASAT, el cual fue puesto en órbita en 1992.

Venezuela al haber suscrito la ATEI se comprometió a ser una de las principales suplidoras y colaboradoras de dicho sistema, contribuyendo en sus posibilidades, en sus planes y programación. Esta última dio comienzo, con un período de prueba, a partir del pasado mes de Junio (1993), previa instalación de un centenar de antenas receptoras satelitales a lo largo y ancho del continente americano.

Cada país miembro del Sistema ATEI ha debido adecuarse a las nuevas o nece-

sarias exigencias de una alta calidad broadcasting, así como al perfeccionamiento, en algunos casos continuados y en otros acelerados, de la formación de sus recursos y potencialidades, tanto humanas como tecnológicas. Y ha sido ante estos retos, y como una condición para pertenecer a la ATEI, que nuestro país ha instaurado su ASOCIACION DE TELEVISION EDUCATIVA VENEZOLANA (ATEVE), la cual está presidida por la Dra. Diulia Govea de Carpio, y siendo integrada por 12 Instituciones, a saber:

- 1) Ministerio de Educación.
- 2) Fundación Programas Formación Docente.
- 3) Instituto Nacional de Cooperación (INCE).
- 4) Universidad Central de Venezuela.
- 5) Universidad de Carabobo.
- 6) Universidad de los Andes.
- 7) Universidad del Zulia.
- 8) Universidad Experimental del Táchira.
- 9) Universidad Pedagógica Libertador.
- 10) Universidad Pedagógica Libertador.
- 11) Universidad Simón Bolívar.
- 12) Universidad Experimental "Simón Rodríguez".

En estos momentos se adelantan nuevas adscripciones de otras universidades nacionales y privadas.

ATEVE está en proceso de presentación al Consejo de Ministros para su aprobación oficial del Gobierno, y luego será ratificada en la firma conjunta de los Rectores en reunión del CNU.

De esta forma, tanto la ATEI como su asociada ATEVE en representación Venezolana, están animadas en el espíritu internacional de la Cooperación, área importante en las relaciones de los pueblos y sus culturas.

La Televisión en sus más variadas formas (Comercial, Educativa e Instructiva) toma un nuevo y vigoroso auge en la antesala del año 2.000. Esto significará desarrollar conjuntamente proyectos y soluciones que permitan a las naciones iberoamericanas un puesto y rol más activo y/o participativo en el contexto mundial. La ATEI es un canal natural y universal para acercarnos a la Comunidad Europea y/o Comunidad Económica Europea (CE-CEE).

Las Universidades y otros centros de Producción de ambos Continentes debe-

rán agotar todas las posibilidades para un intercambio productivo, que marque un "Descubrimiento mutuo e integrativo". ATEVE es una oportunidad para mejorar y ajustar procesos y mecanismos de la planificación/creatividad, la investigación, la guionística, la producción (incluyendo pre y postproducción), selectividad de sistemas y tecnologías, compaginación de las mismas, pero sobre todo, el logro de una excelencia que corresponda a niveles efectivos de control de calidad.

Una programación conjunta asegurará la vehiculación de temas y mensajes entre ambas latitudes, donde deberán prevalecer la equidad, es decir, la comunicación bivalente y horizontal, donde todos aporten, intervengan y construyan un sistema comunicacional democrático intercontinental. Será un camino arduo, pero interesante y creativo, y como el poeta ha dicho: "Se hace camino al andar".

**Prof. Pedro José Grijalva Ortega**  
Representante del M.E.



**COMUNICACION  
Y ALCOMAS,  
A PROPOSITO DEL  
NUEVO FORMATO**

17 años, 81 números, 554 entradas con reflexiones sobre la comunicación. Estos tres números poseen demasiados significados, más del que los lectores consecuentes hemos podido encontrarles en algo más de tres quinquenios de persistente empeño por poner a circular las ideas propias y ajenas contra viento y marea. A veces los adjetivos grandes y densos resultan inútiles. Pienso en la revista *Comunicación* y veo a Marcelino Bisbal por las redacciones y aulas de la universidad con ejemplares frescos bajo el brazo, en busca de fanáticos, colaboradores, periodistas y amigos, para transmitir la sangre nueva de un número recién salido de la imprenta Gráficas León. Pareciera que los sueños importantes están en manos de titanes en Venezuela y esta palabra encaja muy bien a la hora

de hablar del equipo editor de *Comunicación*, publicación que circula sin apoyo del estado, de iniciativas privadas o del bolsillo largo de algún filántropo ocioso. Circula primero porque existen Aguirre, Bisbal, Rey, Tremonti, Correa, Hernández, Rondón, De la Nuez y otros que apoyaron este esfuerzo a lo largo de un viaje difícil, que aún sigue en pie.

17, 81, 554. Estos números refieren también una grata nostalgia para quienes estudiamos en la Universidad Central de Venezuela hacia los años setenta. La vida de la revista acompañó nuestra felicidad y no pocos aburrimientos académicos de aquellos días. Mientras crecíamos desde el entusiasmo hacia el hastío, mientras advertíamos que una cosa es la libertad de expresión y otra lo que se dice de ella en clase, mientras reconocíamos las distancias abrumadoras entre la realidad profesional y las teorías de ciertos profesores anclados en dogmas y posiciones del pasado, *Comunicación* estaba allí como un respaldo cercano, como esos amigos que aparecen cuando todo se nubla y hace falta una palabra de aliento.

Esta confesión no debe entenderse como un apoyo incondicional a *Comunicación*. Por suerte no lo necesita y se defiende sola. Ya tiene 17 años y aunque la pubertad suele ser incómoda, como la compañía de un gordo en el metro a las seis de la tarde, a partir de este momento estrena formato (un octavo) y más lectores, que rematan su sentido final como canal de comunicación entre unas ideas, reflexiones, entrevistas, datos, ponencias, investigaciones, y una sociedad que todos los días exige información más precisa, actual, moderna y jerarquizada. Siempre me he preguntado (y se lo transmití a su equipo tiempo atrás) por qué *Comunicación* no reúne en libros sus artículos de acuerdo con recopilaciones temáticas. Muchos estudiantes de las cinco escuelas de comunicación del país valorarían ese esfuerzo, refrendado por una editorial astuta de esas que andan a la caza de manuscritos masivos y libros de textos.

Sergio Dabhar

**COMUNICACIÓN**



**SEMINARIO  
LAS DROGAS:  
UN RETO  
PARA LOS MEDIOS**

Bajo la dirección de la Fundación "José Félix Ribas" y con el apoyo financiero del Programa de las Naciones Unidas para la Fiscalización Internacional de las Drogas (PNUFID), Servicio Informativo y Cultural de la Embajada de los Estados Unidos (USIS) y la Oficina Antinarcóticos de ese país (NAS), y con el patrocinio institucional de la Federación Venezolana de Agencias de Publicidad (FEVAP) y el Círculo de Periodismo Científico de Venezuela (CPCV), se celebró en el Hotel Caracas Hilton, entre los días 8 y 9 de marzo de 1993, el Seminario Internacional "Las Drogas: un reto para los medios".

#### Objetivos

Los objetivos del seminario fueron los siguientes:

- Motivar la participación del Comunicador Social en los aspectos de prevención, educación e investigación en el área de las drogas.

- Concientizar al Comunicador Social en cuanto a los aspectos, exigencias y alcances de las campañas de concientización en materia de drogas.

- Identificar los factores noticiosos y de interés público en las áreas de investigación, tratamiento y prevención.

- Movilizar la participación de la parte accionaria y creativa de la industria de la comunicación en la formulación de campañas de concientización en el área de las drogas. Este Seminario fue organizado con el propósito de presentar a comunicadores sociales, periodistas y publicistas del país, los más recientes y actuales conocimientos que en materia de prevención, investigación y tratamiento del uso indebido de las drogas, existen en relación al rol que juegan los medios de comunicación social frente a esta problemática.

Las personalidades responsables de su formal instalación y apertura coincidieron en que los esfuerzos y actividades de prevención en drogas debe responder a una estrategia, a un conjunto de acciones debidamente concertadas entre diversas instituciones para que se pueda

lograr el apoyo de la población. "Sin el apoyo del público no puede haber éxito en este campo".

El reconocimiento de la importancia de los medios en la lucha contra las drogas fue una constante en todos los participantes, haciendo especial énfasis en el papel de la industria privada de la comunicación, pues en ella están los mejores creativos y los medios de mayor alcance y participación. Se destaca con preocupación la necesidad de que entren en vigencia leyes fuertes, estimándose que será bueno para el país la propuesta de reforma a la actual ley antidrogas vigente.

### Compromiso ético

Correspondió a la Presidente de la Fundación "José Félix Ribas", doctora Yolanda Márquez, presentar su conferencia titulada "La Comunicación Social y la Comunicación Preventiva: un compromiso ético", en la que enfatizó que debemos abordar este problema con humildad y reconocer que "sin los medios y su respectivo compromiso ético nada pueden hacer las demás instituciones en esta materia de prevención". Vivimos en una sociedad de la información y somos gobernados por la información. Por ello hace hincapié en la necesidad de un compromiso ético por parte de todos los medios.

Con un enfoque antropológico del problema, se explica que las drogas por se no son el problema. "Las drogas no son las drogas. Somos nosotros mismos el problema". La droga entra en las sociedades que tienen problemas de valores. Por ello debemos evitar el miedo a que el problema seamos nosotros mismos.

Se señala luego factores sociopolíticos de nuestra sociedad que facilitan el crecimiento del problema con una población mayoritariamente joven sin estructuras y valores para lograr niveles aceptables de calidad de vida (matriarcado, formación deficitaria, ausentismo y deserción escolar, subempleo, violencia y delincuencia, son algunos de los indicadores del deterioro de la calidad de vida). Este cuadro es el mejor aliado de las drogas. Si este escenario insiste en imponerse en nuestra sociedad, todo esfuerzo que se haga se perderá.

Al referirse a los comunicadores sociales —los periodistas y publicistas— se identificó a estos actores como "los maestros de la conciencia pública", y sobre



ellos recae una gran responsabilidad ética. "La prevención es un sistema", se recalcó, y para ello la investigación debe ser una actividad permanente. Al concebirse como un sistema, en él deben trabajar permanentemente los sistemas políticos, financieros y sociales del país. Al trabajar así debemos construir constantemente alternativas de futuro, sin estar nos desgarrando unos a otros, debilitando nuestras instituciones actuales.

Señala como uno de los mayores peligros para que triunfen las drogas "la confusión", por lo que debemos concentrarnos en construir un Nuevo Proyecto nacional, donde el compromiso ético a este respecto se formalice.

El tema exige que renunciemos a trabajar solos; es la comunidad la que tiene la respuesta, la comunidad nacional e internacional. Debemos movilizarla y los medios de comunicación son el eje fundamental para dicha movilización, la cual debe procurar la intervención del mayor número de personas en el problema.

El Comunicador, el periodista, el publicista son los "maestros en un espacio abierto". Por lo tanto son responsables de construir una sociedad afectiva digna, con valores. En los medios descansa una opción de transformación social. Es importante profundizar en el esquema "escándalo-denuncia-investigación y juicio". Hay que dignificar la denuncia, darle base de investigación, la denuncia con arte, con nobleza, con ética.

Se deja establecido que en nuestro país no existen normas que permitan hacer evaluaciones de la actuación de los medios en esta materia, así como tampoco hay una relación formal e instruccional de las instituciones que atienden este problema con las escuelas de comunicación social en las universidades.

### La descentralización

Seguidamente le correspondió al presidente de la Comisión Nacional Contra el Uso ilícito de las Drogas, General Aner García Monagas, hacer su exposición titulada "El Estado y la realidad nacional: dónde estamos y hacia dónde vamos", quien resaltó como positivo para abordar este tema los procesos de modernización que se observa en el aparato estatal. Se refirió a la descentralización, a los procesos de participación ciudadana, a la apertura del discurso político, el papel activo de la Iglesia, a los nuevos enfoques de los medios de comunicación social, a la organización de la comunidad, a los procesos de privatización.

Luego señaló los enfoques desde los cuales el Estado debe atender este complejo asunto, haciendo énfasis en lo político, lo económico, lo social, lo sanitario, lo policial, lo militar y lo internacional. En el aspecto social insiste y da ejemplos de "lo social como inversión".

Se propuso como iniciativa la creación de COMITES DE MEDIOS en cada Estado, a fin de asesorar y brindar apoyo para la producción y transmisión de mensajes preventivos. El papel del sector privado en este aspecto es determinante, el cual "luce muy dispuesto a colaborar". La necesidad de un Plan Nacional en materia de prevención será una realidad a corto plazo, buscando aceptar el interés no solo nacional sino también internacional, tanto en lo bilateral como multilateral.

### Partnership

Seguidamente le correspondió al Dr. Roger Pisani, Asesor del "Partnership for a Drug Free America" (Sociedad para una América Libre de Drogas), quien sostiene que se piense más en la disciplina que se va a exponer que en el conteni-



*La doctora Yolanda Márquez identificó a los comunicadores sociales como los maestros de la conciencia pública*

do de los mensajes que se van a conocer. Partnership for a Drug Free America es una organización sin fines de lucro que se encarga de producir mensajes para prevenir el consumo de drogas. Para esta organización lo importante es reducir la demanda.

Esta organización tiene dos características básicas: es pequeña y tiene un gran liderazgo. Para penetrar e involucrar a las instituciones, la Partnership apela a las emociones, realiza investigaciones, presentando datos cualitativos y cuantitativos. Señala la importancia de tener objetivos y estrategias claras. La audiencia objetivo de esta organización son los no usuarios de drogas, los que pueden influir en otros y aquellos usuarios ocasionales. El foco del mensaje son los productos marihuana, cocaína, crack y la población objeto de las campañas comienza con niños de seis años.

Las diversas campañas están dirigidas a niños, universitarios, empresarios, médicos, padres.

Partnership for a drug Free America afirma que no hay un único estilo de hacer campaña, existen muchos estilos. Ellas son juzgadas por los creativos, no por los clientes, menos por el gobierno. La investigación es un requisito indispensable, permanente. Así nuestros mensajes son creíbles y fuertes, crudos y contundentes. La mayoría de nuestros mensajes son referidos al aspecto negativo de las drogas.

En la discusión del panel se deja ver la pertinencia entre aquellos profesionales de los medios que vienen a cubrir un evento de esta naturaleza y aquellos que vienen a formar recursos humanos. Se deben preparar pequeños talleres institucionales con los propietarios de los medios.

### La Familia

Seguidamente se presentó el panel integrado por el psicólogo Leoncio Barrios, el periodista Eduardo Sapene y el sacerdote Mario Moronta para discutir el tema "Participación ciudadana en prevención y concientización". Se planteó que la prevención no es un programa, sino un estilo, una actitud, y en ese esquema la familia luce ser la pieza clave del problema de las drogas. Se percibe estrecha relación entre familia fracturada y el consumo de drogas.

La situación del sistema escolar es adversa a nuestra causa, más no podemos cruzarnos de brazos. Y en este aspecto la radio y la televisión han pasado a ser unos miembros más de nuestras familias, pero con la característica de que estos miembros son escuchados. Ante este hecho se propone un compromiso fáctico que aborde la prevención dentro de estos esquemas.

Es difícil para los participantes distinguir entre narcotráfico u drogadicción. Son dos aspectos inseparables de un mismo problema. El problema se interpreta como un problema coyuntural, puntual, aislado y, por el contrario, debe ser enmarcado dentro de una globalidad nacional y mundial. El consumo de drogas no es un problema a ser atendido como causa que es, sino también debemos abordar las causantes. Esto demanda una estrategia. En este particular se ofrece a la educación como fuente de solución para atender este problema. Darle un enfoque antropológico, buscando el sentido del hombre.

Desde el punto de vista de la Iglesia, esta institución está presentando, primero un mensaje positivo que promueve la dignidad de la vida y segundo acciones concretas en el sector de la juventud. En

su conjunto, un mensaje positivo diciéndole SI A LA VIDA..!

Desde el punto de vista de los medios se analiza el problema como tema de estado, en el cual sin organización ni participación no se puede lograr una solución. No estamos hablando de un problema de una clase social, sino de toda la sociedad. Se insiste que el sostenimiento en el tiempo es un aspecto clave de todo esfuerzo de prevención.

En la difusión del mensaje preventivo se señala pertinente la urgente reestructuración y modernización de nuestro poder judicial y un conocimiento y acceso más sostenido con las fuentes expertas en la materia. Queda implícita la opción de que la Fundación José Félix Ribas desarrolle actividades para que sus instalaciones y recursos humanos y técnicos funcionen como fuente de consulta, orientación y análisis para los medios en materia de drogas.

### Sin los medios no hay prevención

A continuación el doctor Pier Carlo Perotto expuso como tema "La Realidad Internacional: Experiencia de los países andinos en campañas de concientización y prevención".

Al referirse a la experiencia de su país refuerza la tesis según la cual sin los medios y los comunicadores es imposible todo esfuerzo de prevención.

Asimismo, considera de gran valor conocer a fondo la experiencia del consumidor, estar cerca de su realidad, al igual que de la juventud y los pisatarios de la coca. El valor del enfoque antropológico también es resaltado por el Dr. Perotto, quien sostiene que en prevención es importante conocer lo que el hombre puede llegar a ser.

Dice que en el ámbito de la demanda hay cinco factores que tienen mucha proximidad en el consumo: disponibilidad de la droga de acuerdo al patrón de consumo; las horas, lugares, el costo; la ideología del consumo o subcultura de la droga; la familia, grupos coetáneos y rasgos de la personalidad que las personas han ido desarrollando.

Estos factores pueden reforzarse recíprocamente.

La prevención busca detener estos procesos e instaurar otros diferentes que no impliquen el consumo y que ayuden realmente a las personas en riesgo de llegar a consumir.

## • La mirada comunicacional masiva en dos textos

Estas notas, escritas a la zaga del reloj y por lo tanto del tiempo que siempre nos apura en la dinámica urbana de nuestras tareas y de nuestras propias vidas, tratan de ser una lectura, tan sólo la mía, de dos textos que se entrecruzan por una misma y constante preocupación: la mirada comunicacional masiva. Aparte que ellos, antes de tener la forma y la presencia de libro y de empezar a circular como producto comunicacional masivo que es también el libro, fueron trabajos de licenciatura para alcanzar el título universitario de comunicación social en la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela.

Los dos libros que estamos comentando son el inicio de lo que la Fundación Carlos Eduardo Frías ha bautizado con el nombre de Colección CANICULA, el título de una de las obras más significativas del fundador y pionero de la Agencia ARS-Publicidad y de la publicidad organizada en Venezuela: nos estamos refiriendo a Carlos Eduardo Frías.

La Fundación Carlos Eduardo Frías en 1992 daba inicio al Premio Carlos Eduardo Frías a la excelencia en Trabajos de Grado sobre Comunicación, Publicidad y Mercadeo. En fin, se trataba de un premio de comunicación porque ¿qué cosa sino comunicación son hoy día la publicidad y el mercadeo? **La Oferta de la Televisión Venezolana** de Nathalie Alvaray, Zamawa Arenas y Anacristina Tkachenko y **Diseño de Metodología para Promocionar un Candidato a Diputado** de Roberta Marcotullio y Haidée Velandria fueron los dos textos reconocidos respectivamente con el primero y segundo premio. Estos son los libros que estamos presentando y de los cuales trataré de hacer una lectura rápida, como para motivarles a ustedes a leerlos y reflexionarlos, dejando para un diálogo más largo las inquietudes, tensiones y acuerdos que la lectura de ellos me ofrecen. Se trata de algunas acotaciones al tema central de cada uno de los libros, que como dije al inicio ambos se entrecruzan por una misma preocupación que es lo masivo comunicacional a partir de lo mediático: en uno es la televisión y en el otro es la interrelación de lo mass-mediático en todo lo que comprende el marketing.

I

Pero vayamos por partes. Primero: **La Oferta de la Televisión Venezolana**. Existen diversas maneras de entender la televisión, pero la que nos ofrece las autoras del libro es muy particular, pero sobre todo despreciada y ajena a todo estereotipo. Se trata de una confrontación nueva frente a lo que algunos han llamado el "supersímbolo" de esta sociedad cambiante, que no es más que la pantalla televisiva. Así, en la introducción nos dirán que "emprender el estudio de la televisión conlleva riesgos, en primer lugar por la posibilidad de caer en la repetición de consideraciones que se vienen planteando desde hace mucho tiempo, generalmente negativas, muchas de ellas no fundamentadas en estudios cuantitativos ni en investigaciones experimentales, sino en juicios éticos. Sin subestimar esos hallazgos, quisimos adentrarnos en un estudio mucho más riguroso del problema televisivo. Encontramos que la programación era una de las maneras más importantes de definirlo; Para entender a la TV optamos por un estudio cuantitativo, que aún cuando pueda resultar recargado de datos minuciosos, nos permitió conocer la oferta de la televisión venezolana, a través del repertorio programático que ponen a disposición de sus espectadores". Desde ahí, las autoras se interrogan e interrogan a la pantalla de trece televisoras existentes para el momento de la investigación: "qué define a la televisión como medio", "qué la diferencia de las otras formas de comunicación audiovisual" y "cuál es el elemento que le otorga su personalidad". Preguntas estas que están desarrolladas a lo largo de los capítulos y partes que conforman el texto.

Algunos datos acerca del medio televisión, datos que no están en el trabajo, pero que nos van a servir para adentrarnos un poco más en el eje central de la investigación de Alvaray, Arenas y Tkachenko, nos dicen que en nuestro contexto la televisión está presente en el 94 por ciento de los hogares venezolanos de las principales 28 ciudades del país y alcanza el 88 por ciento cuando se le integra todo el país. Venezuela ocupa el primer lugar en número de telereceptores en latinoamérica ( para 1986 Brasil, con una población de 120.5 millones de habitantes ,contaba con 19.3 millones de televisores y México, con una población

de 71.2 millones de habitantes tenía en ese entonces 7.5 millones de televisores. Y Venezuela en ese mismo año contaba con una población de 15.4 millones y 28 millones de televisores). Es decir, un aparato por cada 5 habitantes aproximadamente.

La actividad de tiempo libre con relativa mayor preferencia de la gente, entre lunes y viernes y el fin de semana, es **ver televisión**. Diversas encuestas afirman exactamente lo mismo, lo único que varía es la muestra y la empresa investigadora que la hace, pero el resultado final es idéntico. Una síntesis promedio de esas encuestas llevadas a cabo entre 1987,1991 y 1992 nos arroja los siguientes resultados:

1- La televisión tiene un lugar privilegiado en cuanto al uso que hace la audiencia de ella. Un total de 43.8 por ciento de la gente dice que después de un día de trabajo lo que prefiere hacer es ver televisión, y este porcentaje se eleva hasta el 60 por ciento en las clases más desposeídas de la población.

2- A renglón seguido encontramos que un 23.2 por ciento prefiere el esparcimiento de leer, aunque no se nos indica qué tipo de lectura. Ese porcentaje descende en la población de menor nivel socioeconómico y se ubica en un 28.6 por ciento en los sectores de clase media alta.

3- En cuanto a las recreaciones predilectas para los fines de semana, nuevamente la televisión se lleva el primer lugar: el 30 por ciento en relación a un 23.8 por ciento que prefiere pasear y muy por encima de ir al cine, conversar, asistir a fiestas, ir a la playa, oír música, estudiar, etc. Y leer el periódico apenas un 0.7 por ciento y simplemente leer un 9.2 por ciento.

¿Y cuál es el contenido de "nuestra" televisión? Una valoración de ese contenido que nos ofrece el libro que estamos acotando arroja algunas ideas importantes de resaltar. La investigación al respecto abarca un día de televisión en Venezuela y sobre la base de los trece canales existentes en ese momento. Durante ese día de programación nuestras plantas de televisión colocaron en el aire un total de 173 horas, 4 minutos y 22 segundos de programación. En promedio, cada planta tuvo un tiempo de transmisión de trece horas y media. La investigación en referencia apunta que la ofer-

ta televisual ha aumentado considerablemente en los últimos años con la aparición de nuevas estaciones de televisión regional y servicios por suscripción.

Se nos dice y se comprueba, que el 83.65 por ciento del tiempo ofrecido es de programas, mientras que el 16.3 por ciento restante corresponde a cortes repartidos así: 8.6 por ciento de publicidad y 7.70 por ciento de segmentos auto referenciales(SAR).

Entre las conclusiones más resaltantes, desde nuestra perspectiva de reflexión, a las que llega la investigación son:

1- Lo específico de la televisión venezolana es la programación con 144 horas, es decir el 83 por ciento sobre la base de 173 horas.

2- El repertorio de esa programación se acentúa en la línea argumental: piezas narrativas como películas, seriales, dibujos animados. Estas piezas componen más del 50 por ciento del tiempo de emisión.

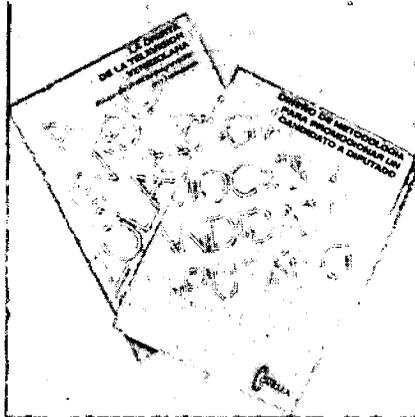
3- La mayoría de esa programación es de producción foránea, y especialmente de los Estados Unidos, mientras que de América Latina recibimos telenovelas. Pero el origen extranjero no sólo se da en la programación de los argumentales, sino que el predominio es en todos los demás géneros por sobre lo producido en Venezuela y América Latina.

4- De la programación nacional predominan los informativos (noticieros, espacios de opinión y las entrevistas) y las telenovelas. Los géneros de programas educativos y documentales son los que acumulan el menor volumen de tiempo de programas y predominan casi exclusivamente en las televisoras regionales y por la Televisora Nacional (TVN-5).

5- El 60 por ciento del tiempo de emisiones de programas se inclina hacia el segmento de "para toda la familia".

6- En relación a la calidad de la programación, que no fue uno de los objetivos que se planteó la investigación, ella afirma textualmente que: "si nos atuviésemos a una dinámica de mercado en la que priva la relación oferta y demanda, la televisora que logre captar una mayor audiencia, en función del rating, ofrece una buena programación. Si en cambio nos guiáramos por la calidad de los contenidos de los programas podríamos también definir la calidad de un repertorio programático. Por lo tanto, hablar de buena o mala programación es un tópico muy subjetivo, y se relaciona, con la preferencia de los públicos y con la adecuación de lo que transmite el contexto donde se ubican las plantas.

En relación a una valoración de la programación, hallamos entonces dos vertientes. Una medición de audiencia,



que no considera los contenidos de lo que emite la TV, permite calificar como exitosos a un repertorio o unas determinadas unidades programáticas, aún cuando es obvio que su calidad y contenidos no son buenos, y, por el contrario, la excelencia en los contenidos no garantiza privilegio en la audiencia. Y más allá de éstas dos determinantes, hallamos el problema de cómo se estructuran las unidades, como se enlazan una con otras, a cuáles horas se ubican, todo lo cual es determinante en la estructuración de una pauta programática(...)".

La reflexión nos ofrece dos aspectos que creemos debemos destacar. Por un lado, el contexto donde se ubican los televidentes-usuarios y su relación con la preferencia programática que no es simplemente "inducida" o "intencionada" ya que estamos considerando a un "perceptor activo y recreativo del proceso comunicativo" y ese usuario produce una mediación entre su contexto y la emisión que recibe. Por el otro lado, la "buena calidad" (¿qué es y cómo se define? ¿Desde que lugar, perspectiva u óptica?) de la programación no garantiza de ninguna forma el éxito de la emisión. Hay otras variables que allí intervienen y que tienen mucho que ver con el "placer" y los "procesos de percepción" que se estructuran a partir de lógicas diferenciales, no únicas y determinadas de antemano.

En fin, se trata de un estudio minucioso y de rigurosidad metodológica a prueba de todo intento de crítica prejuiciada. Supuesta crítica que ya conoce los resultados de antemano, por lo tanto las conclusiones, antes de iniciar la investigación. El estudio es fundamental para entender nuestra televisión, y a partir de él seguir más adelante en otro tipo de reflexiones si se quiere de carácter más cualitativo que incluya aspectos como el placer de la pantalla, la cultura televisual, la apropiación que hace la gente de esa pantalla múltiple y por qué hoy día la educación formal sucumbe ante el medio... Se trata de entender, y de no echarle "tramposamente" la culpa, la visualidad electrónica impuesta a partir del "uso múltiple de la pantalla televisiva". Visualidad electrónica que hace su oferta (Revista Producto, 1991):

- \* Home Video: 425 mil horas semanales
- \* Parabólicas: 64 mil horas semanales
- \* TV Interior: 500 horas semanales
- \* TV Caracas: 548 horas semanales
- \* Abonados TV: 2.850 horas semanales

En fin, tal como concluyen las autoras, "cada canal, en definitiva, trata de crear un espacio simbólico-afectivo para generar en el espectador un sentido de pertenencia y unas lógicas de participación que aseguren el encendido de un canal, es la entrada a un universo particular-el mundo televisivo- y no meramente a un programa específico".

## II

Pasemos ahora al otro libro: **Diseño de Metodología para Promocionar un Candidato a Diputado**. En mejor momento no podía llegar este texto. En plena campaña electoral que estamos viviendo, el descubrir como se puede "construir" la imagen de un político o de alguien que aspire a ser político y; el ofrecer no recetas, sino instrumentos entresacados del marketing, es decir, en este caso de la llamada mercadotecnia electoral, constituyen las claves y pistas que presentan las autoras a todo aquel ciudadano que quiera asumir la tarea de la política como servicio a la sociedad y al país. Nos lo dicen Roberta Marcotulio y Haidée Velandria: "es así como cada alcalde, cada concejal, cada diputado elegido uninominalmente, deberá realizar su campaña personal; visitará barrios y urbanizaciones, trabajará y demostrará la calidad de ese trabajo; hará valer su liderazgo. Se deberá recurrir en-tonces a la mercadotecnia electoral y a un eficiente programa de relaciones públicas que conviertan al máspreciado producto, el candidato, en absoluto ganador".

En el último libro de Mario Vargas Llosa, que más que un libro de ficticia narración, constituye un testimonio en una de sus partes acerca de su actuación en la política peruana, nos arranca o ¿concluye? con un párrafo de Max Weber que apunta: "También los cristianos primitivos sabían muy exactamente que el mundo está regido por los demonios y que quien se mete en política, es decir, quien accede a utilizar como medios el poder y la violencia, ha sellado un pacto con el diablo, de tal modo que ya no es cierto que en su actividad lo bueno sólo produzca el bien y lo malo el mal, sino que frecuentemente sucede lo contrario. Quien no ve esto es un niño, políticamente hablando".

Tal como demuestran las autoras, la política, el hacer política, no constituye o no debe constituir "un pacto con el diablo", y tampoco los medios de violencia y poder deben ser los instrumentos más

eficaces para alcanzar la imagen deseada y ser elegido. Aunque parezca mentira, el asunto es más complicado que el uso de la violencia física o verbal o el hacer un supuesto pacto con el diablo. Se trata de "diseñar la imagen pública del candidato con base en el deseo e idiosincrasia venezolanos"; "producir mensajes asimilables por la masa"; "fijar la promesa básica sobre la cual se sustentará la campaña"; "basar la metodología en las reglas de la propaganda"; "elegir blancos prioritarios y los medios sobre los cuales se desarrollará la campaña" y "desarrollar un programa de relaciones públicas". Sobre esas bases se plantea la metodología para promocionar a un candidato. Es toda una estrategia de marketing, pero esta vez aplicada a la comunicación política. Porque el diseño de esa metodología es verdaderamente un aspecto de la comunicación política.

El trabajo en cuestión no está basado solamente en teorizaciones, aunque las hay acerca del sistema electoral venezolano, de la publicidad electoral y de las relaciones públicas en el entorno político; nos vamos a encontrar también y aquí reside el valor del libro- con investigación de campo para apoyar lo teórico. Es la segunda parte del libro lo realmente novedoso y significativo del estudio. Esta parte "se basa en tres aspectos fundamentales: el análisis cualitativo de las opiniones de destacados asesores venezolanos en torno a la estrategia a utilizar en las posibles elecciones a diputado; el análisis cualitativo de las opiniones de personalidades pertenecientes a diversos sectores nacionales, relacionados al sistema uninominal y a las elecciones venezolanas; y por último, el diseño de un encuesta a nivel de electores".

¿Conclusiones? Aunque el texto no las ofrece, nosotros tampoco nos atrevemos a plantearlas. Es más, creo que no se trata de extraerlas. Se trataba de llegar a formular una Metodología para Promocionar un Candidato a Diputado, lo cual es aplicable a cualquiera que quiera alcanzar un cargo de acción política. La metódica en cuestión le sirve a las autoras para poner en práctica y reflexionar cualitativa y cuantitativamente lo que el investigador y amigo Pasquale Nicodemo llama el Sistema de Mercado-tecnia Electoral.

Lo último que nos resta decir acerca del texto de Marcotulio y Velandria, es que así como ellas proponen una metodología para promocionar a cualquier candidato, pero esta vez aplicado a un posible candidato a diputado, y lo hacen desde un planteamiento profundamente ético con sentido de responsabilidad; ojalá que los políticos o los ciudadanos

que se acerquen al libro en cuestión para promocionarse frente a un posible electorado, no lo hagan en el sentido contrario de lo que plantea todo pensamiento éticamente responsable. De hacerlo, quizás las autoras se vieran obligadas a decir que sus reflexiones y propuestas están muy alejadas de esas intenciones. Me atrevo a decir esto a confesión de las mismas autoras cuando afirman en el libro "que la introducción de un nuevo sistema electoral, ya sea el uninominal puro o uninominal mixto, permitirá una más democrática escogencia de nuestros representantes a la par de una oxigenación del sistema que ha envejecido, ha perdido su encanto. La gente ya no cree en sus dirigentes...".

Dos textos que enriquecen la bibliografía comunicacional del país y de América Latina. Dos libros que no dudamos en recomendar su lectura. Esperamos las próximas ediciones del Premio Carlos Eduardo Frías a la excelencia académica en Comunicación y Artes.

Marcelino Bisbal

#### • La labor de Sísifo

Más que un esfuerzo teórico importante, los intentos de reformas de la televisión en América Latina tuvieron un fuerte tinte político comprometido con la concepción del Estado regulador y protector del espectro social. Hoy, un saldo de este debate con olor a década del 70, se hace indispensable para que investigadores, estudiantes y preocupados en la materia no pasen por inocentes. La labor de Sísifo, investigación de José Antonio Mayobre, traza una línea en esta dirección.

Bajo la concepción de que el Estado es el regulador de las actividades políticas, económicas y sociales, que tiene la potestad de controlar los flujos de información que se emanan dentro del espectro social, en América Latina se suscitó en la década del 70 un intenso debate sobre el papel de los medios de comunicación de masas, las nuevas tecnologías de la comunicación e incluso sobre los efectos que generaban estas realidades en la soberanía nacional.

Un importante estudio que se centra en el saldo de estas iniciativas en Venezuela acaba de editar Monte Avila Editores bajo la autoría del investigador José Antonio Mayobre. Inscrito en un proyecto más amplio dirigido por el Instituto para América Latina-IPAL-bajo la coordinación general de la doctora Elizabeth Fox, estos trabajos buscan revisar comparativamente la situación relativa a los intentos de reformar la televi-

sión en siete países de latinoamericanos: Brasil, Colombia, Chile, México, Perú, Uruguay y Venezuela.

La labor de Sísifo, título de la investigación de Mayobre, recoge todos los intentos de legislar el fenómeno comunicacional desde 1970 a 1982, período en el cual se genera y discute el proyecto Ratelve, primer intento de aproximarse a la problemática desde un enfoque crítico y totalizador, y los sucesivos V (1976-1980) y VI (1981-1985) planes de la nación.

En el marco de un contexto regional común y en concordancia con un movimiento teórico y político internacional que devino en la propuesta del Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación, Venezuela potencia a través del Instituto de Investigaciones de la Comunicación, entre otros, todos los argumentos reguladores que circulaban a partir de una lectura política de los pensadores de la Escuela de Frankfurt.

La televisión como medio de comunicación más poderoso, incluso es el que ha mostrado un mayor crecimiento económico en la segunda parte de este siglo, fue el objetivo principal de esta corriente reformadora. Mayobre analiza especialmente la política gubernamental, la compra del Canal 8, la creación del Ministerio de la Información, la televisión a color, entre otros tópicos, y articula un documento historiográfico de gran valor académico que seguramente servirá a investigadores y estudiantes universitarios en una materia cuya importancia socio-cultural es cada día más insoslayable.

#### • El cine y sus acechos

Con el hermoso título Los acechos de la imaginación, Monte Avila Editores lanza al mercado el último libro del crítico cinematográfico Rodolfo Izaguirre, texto que recoge la fascinación del autor por el cine en sus diversas manifestaciones.

A partir de la tesis de que el arte, la literatura y el cine fantástico han establecido la relación inmediata de la bestia con uno mismo, Rodolfo Izaguirre desarrolla en su ensayo "Acechos de la imaginación", un largo recorrido por los nexos que se tejen entre lo real y lo fantástico, entre lo cotidiano y lo maravilloso, en la manta blanca de una sala de cine.

Desde ese apasionante itinerario que recoge a manera de breve bestiario las formas semihumanas que han inundado el cine desde su propia aparición, Izaguirre elabora un bello homenaje al séptimo arte, partiendo de su principal recurso expresivo: la subversión de lo

cotidiano y a su vez articulación de una mitología de la cotidianidad.

Este ensayo le da nombre y cuerpo al último libro de este crítico cinematográfico, recientemente editado por Monte Avila Editores en su colección Documentos. Los acechos de la imaginación recoge cinco trabajos de diversa índole y naturaleza que se suspenden bajo una premisa básica y común: la fascinación y el asombro como posibles lecturas del hecho cinematográfico, sin que por ello eso signifique la postura cándida ante la proyección de luz en la oscuridad.

"Donald, la pelotica y el universo audiovisual del niño latinoamericano", segundo ensayo de este libro, corrobora de alguna manera lo expresado en el párrafo anterior. Como reflexión que hace a partir de unas jornadas de análisis del cine infantil celebradas en Ciudad Guayana, Rodolfo Izaguirre intenta reivindicar la producción de la industria cinematográfica norteamericana, la misma que como fábrica de sueños inventó (en muchos casos los potenció con su singular poder mitificador) a los principales héroes contemporáneos que aún circulan a 24 fotogramas por segundo en cada sala de la aldea latinoamericana.

Por último, Izaguirre dedica un considerable volumen de sus páginas a analizar toda la cinematografía "galleguiana" que se realizó desde los inicios de la década del cuarenta tanto en México como en Venezuela, fecha en que se crea la empresa los Estudios Avila en Caracas y época en que el país azteca llegó a tener una de las industrias más poderosas del Continente.

Igualmente la figura de Bolívar, mito que invadió algunas propuestas cinematográficas de Latinoamérica y las películas que tuvieron como eje expresivo central, la danza y el ballet, son los temas restantes de la reflexión que este connotado escritor realiza en sus Acechos de la imaginación.

#### • En voz de Héctor Mujica

Héctor Mujica afirmó en una oportunidad que el periodista reconocía sus temas en la yema de los dedos con los que pulsaba la máquina de escribir. Se revela así la actitud de este autor caroreño frente a la escritura: la implicación física del verbo, el ejercicio absolutamente vital de la palabra.

Por eso Como a nuestro parecer, supera la circunstancialidad propia de la expresión periodística y recoge momentos de esplendor del idioma y de la recuperación sentida de esa crónica menuda de los días. De allí que Mujica retoma las imágenes y el recuerdo de un momento

del Chile de antaño, de las discusiones intelectuales del momento, la reflexión política y literaria, y la vigente indagación intelectual sobre el poder de los medios.

De esta manera conocemos la capacidad multiplicadora de la inteligencia de Héctor Mujica, quien escribe con igual soltura sobre Santa Teresa, Hegel, las comidas típicas chilenas, Cristóbal Colón, la historia del periodismo y Miguel Otero Silva.

Raras veces encontramos que este tipo de recopilaciones alcancen la estatura de Como a nuestro parecer. Aquí descubrimos la visión del periodista, la relación que este establece con su otro oficio de escritor, y por sobre todo reconocemos el trazo firme de la prosa, la pluma (o la máquina de escribir) que observa el mundo con la ansiedad de quien desea vertirlo en palabras.

#### • Cuadernos Pasantía Nº 4 y 5 Publicación de la Fundación Carlos Eduardo Frías

Actualmente Venezuela está viviendo una crisis educacional que repercute en la óptima formación académica de profesionales y que incrementa la brecha existente entre el salón de clases y la realidad del mercado de trabajo. El pensum universitario se nos presenta como limitado ante la inmensa demanda de conocimientos en el área laboral, sobre este tema nos obliga a reflexionar Fernán Frías Palacios en Pasantía 4, cuando nos introduce en las perspectivas de los procesos de profesionalización.

Este proceso demuestra que no es suficiente asistir a la universidad para estar a tono con las exigencias de nuestro tiempo, tal situación ha inclinado a empresas privadas como ARS Publicidad, a asumir una posición responsable, y considerar rentable el desarrollo de programas de mejoramiento profesional, tanto para sus empleados reales, como potenciales.

A fin de solventar la crisis, la Fundación Carlos Eduardo Frías dirige esfuerzos a complementar y dar empuje a la información impartida en las aulas de clase, para ello cuenta con la publicación de los Cuadernos Pasantía, los cuales al llegar al número 5 continúan calando dentro de la bibliografía de consulta de los futuros profesionales de las áreas de comunicación, publicidad, mercadeo y artes.

Así, los números 4 y 5 de esta publicación, nos pasean por la versatilidad de los temas ofrecidos por esta disciplina profesional, que es tal y al mismo tiempo exige ser ejercida como oficio artesanal,



así como nos la presenta Pasquale Nicodemo, cuando nos habla de "Mercadotecnia y Publicidad". Pasantía 4 nos proporciona una visión del quehacer publicitario y la complementa con precisiones conceptuales y semiológicas. Dedicando este número, parte de sus páginas, a darnos una perspectiva clara del funcionamiento real del departamento gráfico de una agencia de publicidad. La publicación queda completada con la necesaria introducción al mercadeo directo como nueva tendencia de la disciplina mercadotécnica.

Pasantía 5 comienza su esencial contenido con el tópico del "Análisis de Mercados" con una visión global que busca proporcionar a los estudiantes las herramientas para lograr el conocimiento de un mercado específico. De entre las negras letras de este número de la publicación de la Fundación, encontramos claves para descifrar aquello que se nos comunica a través del lenguaje de las imágenes. La pluralidad de estos cuadernos se reafirma cuando en un mismo número, como sucede en Pasantía 5, se conjugan mercadotecnia, lenguaje, humor e informática para dar la medida justa de nuevos conocimientos. El objetivo formativo de Pasantía llega a cabalidad cuando nos introduce en disertaciones y proyecciones futuristas de agencias y escenarios integrados para la comunicación, la información y la publicidad.

Los Cuadernos Pasantía son el resultado de la colaboración de profesionales en diferentes áreas, cuya actividad laboral les otorga la licencia de compartir su experiencia con las nuevas generaciones.

Kathiuska Rodríguez

## LEY DE LA CINEMATOGRAFIA NACIONAL

La Revista "Comunicación" ha tenido siempre la política de reseñar o publicar todo lo que tenga interés documental, para la historia de las comunicaciones en Venezuela y en América Latina. Evidente interés documental tiene la recién estrenada Ley de Cine venezolana.

El Congreso de la República de Venezuela aprobó, con fecha 15 de Agosto de 1993, la "Ley de la Cinematografía Nacional". No dudamos en afirmar que esa es una fecha histórica, por varias razones. Desde luego y entre otras, porque Venezuela se coloca ahora en la vanguardia latinoamericana y entra por fin, con su Ley de Cine, en el concierto de las naciones que siempre consideraron a su propia creación cinematográfica como un asunto de la mayor relevancia. También, porque lo ahora aprobado es el resultado del empeño de varias generaciones de cineastas: más de 25 años llevaba esperando el país por la aprobación de la Ley de Cine. El esfuerzo y la constancia inteligentes dan siempre buenos resultados.

Por supuesto, la última etapa de discusiones, previa a la aprobación, fue larga y difícil. El asunto más polémico fue quizás el que quedaba contemplado en el artículo 18 del Proyecto de Ley. Allí se exigía un relativamente pequeño aporte económico, parafiscal, de parte de la empresa privada del ramo, como contribución parcial al financiamiento del Centro Nacional Autónomo de Cinematografía (CNAC). Exigencia, nos parece, por demás lógica ya que los objetivos que persigue dicho Centro son de interés general. La presión de los empresarios privados, en función de sus intereses sectoriales mal entendidos (no se puede olvidar, por ejemplo, que el cine es un arte del que se alimentan la publicidad y la televisión) fue una vez más determinante. La exigencia contributiva concreta fue eliminada en el texto aprobado de la Ley. Solo ha quedado aprobado (artículo 3) un vago llamado al sector privado para que "coadyuve" con los organismos creados con la Ley.

Tanto por lo que deja fuera como por el modo de resolución de lo que incluye, el texto aprobado es puntualmente discutible y está lejos de habernos dejado completamente satisfechos. Era, sin

embargo, importante llegar pronto a una base mínima de consenso entre actores tan dispares, a fin de que no se demorara, una vez más, la aprobación de una Ley tan esperada. Le queda a uno un doble motivo de consuelo. Primero, es más difícil aprobar una Ley que reformar, después, una Ley ya aprobada. Segundo, en todo caso queda el recurso de esperar, a corto plazo, la aprobación de un Reglamento a la Ley, que llene los vacíos, subsane las deficiencias y, sobre todo, defina y resuelva las ambigüedades de la misma.

Los objetivos y funciones del recién creado Centro Nacional Autónomo de Cinematografía (CNAC) son de gran importancia para la afirmación de nuestra soberanía cultural. No sería pequeña la ganancia para todos, si se logra estimular la producción y la exhibición del cine nacional y si se nos garantiza la posibilidad de tener acceso a las obras extranjeras de cualquier procedencia. Hemos vivido por décadas sometidos a un virtual monopolio extranjerizante, que nos ha colocado de espaldas a lo propio y de cara no precisamente al cine extranjero de mejor calidad. Cabe ahora esperar diligencia y eficacia por parte del organismo recién creado, a fin de que sus objetivos no queden reducidos a una mera declaración de buenas intenciones y a fin también de que los cargos y funciones no vengán ya a engrosar una ya demasiado pesada burocracia estatal, tan morosa como inoperante.

Una última reflexión, entre otras muchas que pudieran hacerse. Hay que felicitar al Congreso de la República por el cumplimiento de su deber de legislar sobre actividades que, como la del cine, son vitales para la comunidad nacional. Pero es conveniente recordarle a ese mismo Congreso que más vital, si cabe, es la problemática general de las telecomunicaciones, específicamente todo lo que tiene que ver con la radio y la televisión. En ese campo estamos también sometidos, desde siempre, a virtuales monopolios. Venezuela no tiene, a estas alturas, una política nacional de comunicación o, como muchos han expresado, tiene "la política de no tener política", abandonando un área tan vital al libre juego de la oferta y la demanda comer-

ciales. Aquí también está en juego nuestra soberanía cultural. El país requiere una moderna y democrática Ley de Telecomunicaciones. La Ley de Cine parece un buen augurio. El Congreso de la República tiene ahora una asignatura pendiente.

José Ignacio Rey

### LEY DE CINEMATOGRAFIA NACIONAL

#### TITULO I DISPOSICIONES GENERALES

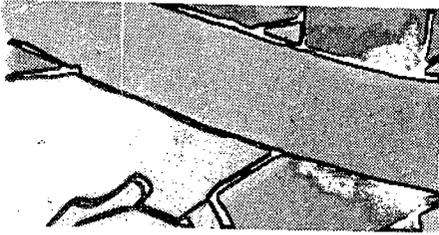
**Artículo 1º** Esta Ley tiene como objeto el desarrollo, fomento, difusión y protección de la cinematografía nacional y obras cinematográficas, entendidas éstas como mensaje visual o audiovisual, fijadas a cualquier soporte con posibilidad de ser exhibidas por medios masivos.

**Artículo 2º** Están comprendidas en el término cinematografía nacional todas aquellas actividades vinculadas con la producción, realización, distribución, exhibición y difusión de obras cinematográficas en el territorio nacional.

**Artículo 3º** Los organismos del sector público nacional, y el sector privado deberán implementar políticas y acciones que coadyuven con los organismos, y órganos creados por esta Ley, en la consecución de los siguientes objetivos:

1. El desarrollo de la industria cinematográfica nacional y de los creadores de obras cinematográficas;
2. La libre circulación de obras cinematográficas.
3. La producción, distribución, exhibición y difusión de obras cinematográficas nacionales; y
4. La conservación del patrimonio cinematográfico nacional y extranjero como patrimonio de la humanidad.

**Artículo 4º** La acción de los organismos y órganos del sector público y del sector privado en el campo de la cinematografía se regirá por los principios de libertad de expresión, de libertad de creación, y por el respeto del principio al derecho de elección del espectador destinatario de las obras cinematográficas.



## TITULO II DEL CENTRO NACIONAL AUTONOMO DE CINEMATOGRAFIA

### Capítulo I de los Organos

**Artículo 5º** Se crea el Centro Nacional Autónomo de Cinematografía, con personalidad jurídica y patrimonio propio, con domicilio en la ciudad de Caracas, el cual podrá utilizar las siglas CNAC.

**Artículo 6º** El Centro Nacional Autónomo de Cinematografía funcionará adscrito al Ministerio de la Secretaría de la Presidencia.

**Artículo 7º** Los órganos del Centro Nacional Autónomo de Cinematografía son el Consejo Nacional Administrativo, el Comité Ejecutivo y el Presidente.

**Artículo 8º** El Ejecutivo Nacional por Reglamento de esta Ley, determinará la estructura, organización y funcionamiento del Centro Nacional Autónomo de Cinematografía.

### Capítulo II De las funciones del Centro Nacional Autónomo de Cinematografía

**Artículo 9º** Para el cumplimiento de los objetivos señalados en esta Ley, el Centro Nacional Autónomo de Cinematografía tendrá las siguientes funciones:

1. Diseñar los lineamientos generales de la política cinematográfica y ejecutar dicha política.
2. Estudiar las medidas legales que favorezcan los objetivos del Centro y proponerlos a los poderes públicos.
3. Suscribir convenios destinados a desarrollar la producción, distribución, exhibición y difusión de obras cinematográficas nacionales;
4. Estimular, proteger y promover la producción, distribución, exhibición y difusión dentro y fuera del país, de las obras cinematográficas nacionales.
5. Incentivar y proteger las salas de exhibición cinematográficas.
6. Fomentar el desarrollo y mantenimiento de la infraestructura industrial cinematográfica.
7. Estimular la diversidad de la procedencia de las obras cinematográficas extranjeras y fomentar las de calidad.
8. Promover el mejoramiento profesio-

nal y el desarrollo de las instituciones de prevención y protección social del personal que labora en los sectores de la creación, industria, comercialización y difusión cinematográficos.

9. Colaborar con las instituciones correspondientes para que se respeten las normas relativas a los Derechos de Autor de los creadores cinematográficos, así como de los titulares derivados.
10. Estimular la creación de las entidades, asociaciones o fundaciones que considere necesarias o convenientes para el mejor cumplimiento de sus fines y objetivos.
11. Fomentar la creación de fondos autónomos regionales para la realización, distribución, exhibición y difusión de la obra cinematográfica nacional; y
12. Las demás que le asignen esta Ley, su Reglamento y el ordenamiento jurídico.

### Capítulo III Del Consejo Nacional Administrativo

**Artículo 10.** El Consejo Nacional Administrativo es el órgano encargado de la orientación de la institución y le corresponde:

1. Aprobar el plan de actividades elaborado por el Comité Ejecutivo.
2. Fijar las políticas de financiamiento y coproducción del Centro Nacional Autónomo de Cinematografía.
3. Aprobar las normativas de su funcionamiento interno.
4. Establecer las prioridades que se deben observar en la concesión de financiamientos con sus recursos;
5. Aprobar el proyecto de Memoria y Cuenta anual a ser presentado al Ministerio de adscripción.
6. Decidir los Recursos Jerárquicos contra los actos del Presidente y el Comité Ejecutivo.
7. Elaborar Proyecto de Reglamento de esta Ley, para su presentación al Ejecutivo Nacional;
8. Proponer al Ejecutivo Nacional las normas para la comercialización de obras cinematográficas.
9. Ejercer las atribuciones que específicamente, le asigne el Reglamento de esta Ley;
10. Designar al Contralor Interno.
11. Aprobar el Presupuesto anual del Centro.
12. Aprobar las remuneraciones del Presidente y Vicepresidente del Centro Nacional Autónomo de Cinematografía.
13. Promover la celebración de conve-

nios de exoneración de impuestos municipales, entre los concejos municipales y los propietarios o arrendatarios de salas de difusión cinematográfica, siempre que tengan como objetivo renovarlas, ampliarlas, mejorarlas o modernizarlas; y

14. Promover ante los Concejos Municipales la celebración de convenios que incentiven a los promotores de urbanizaciones y centros comerciales, a incluir salas de difusión cinematográficas.

**Artículo 11.** El Consejo Nacional Administrativo se integrará así por el Presidente del Centro Nacional Autónomo de Cinematografía y un representante designado por cada uno de los Ministros de: Relaciones Exteriores, Hacienda, Educación, Fomento, Transporte y Comunicaciones. Secretaría de la Presidencia; el Presidente del Consejo Nacional de la Cultura (CONAC), el Presidente de Corpoturismo, el Director de la Oficina Central de Información (OCI), el Presidente de la Fundación Cinemateca Nacional y un representante por cada uno de los gremios, asociaciones o sindicatos que agrupen a los siguientes sectores: autores cinematográficos nacionales, productores cinematográficos nacionales, industriales cinematográficos nacionales, exhibidores cinematográficos nacionales, distribuidores nacionales de películas, distribuidores nacionales de videogramas, un representante de la televisión privada, un representante de los centros de cultura cinematográfica nacionales y dos representantes del sector laboral escogido por el organismo sindical que agrupe a la mayoría de esos trabajadores.

Cada uno de los representantes principales tendrá un suplente nominal.

En el Reglamento de esta Ley, se dispondrá todo lo concerniente a las normas de funcionamiento de dicho Consejo.

**Parágrafo Unico:** El Consejo sesionará válidamente con la mayoría absoluta de sus miembros.

**Artículo 12.** Las decisiones del Consejo Nacional Administrativo se tomarán por mayoría de votos, salvo los casos de mayoría calificada. En casos de empate el Presidente tendrá doble voto.

**Artículo 13.** El Consejo Nacional Administrativo del Centro Nacional Autónomo de Cinematografía llevará un registro de las personas naturales o jurídicas sujetos de esta Ley.

Las formalidades de registro serán establecidas en el Reglamento.

### Capítulo IV Del Comité Ejecutivo

**Artículo 14.** El Comité Ejecutivo es

**COMUNICACION**

el órgano encargado de ejecutar las políticas y decisiones del Consejo Nacional Administrativo y tendrá las siguientes atribuciones:

1. Velar por el fortalecimiento del patrimonio del Centro.
2. Aprobar el Plan Operativo de la institución.
3. Elaborar el proyecto de presupuesto anual de gastos del Centro.
4. Aprobar los financiamientos que otorgue el Centro a sus beneficiarios.
5. Aprobar los manuales organizativos y los procedimientos internos y asegurar la permanente actualización de estos instrumentos.
6. Dictar las normas operativas que fijen las condiciones que deben reunir los beneficiarios de esta Ley, para recibir recursos del Centro.
7. Aprobar las sanciones contempladas en esta Ley.
8. Presentar al Consejo el Anteproyecto del Plan de Cinematografía Nacional y adoptar las iniciativas más convenientes para su ejecución y desarrollo.

**Artículo 15.** El Comité Ejecutivo estará integrado por el Presidente y seis (6) miembros, los cuales no podrán simultáneamente formar parte del Consejo Nacional Administrativo, quienes serán nombrados y removidos por el setenta y cinco por ciento (75%) de los miembros con derecho a voto de ese Consejo, a propuesta del Presidente. Tres (3) de esas designaciones tendrán que recaer en representantes del sector no oficial.

**Parágrafo Único:** Los directores del sector no oficial serán designados de la siguiente manera: un director y su suplente escogidos por las asociaciones o gremios de los autores cinematográficos nacionales; un director y su suplente escogidos por las asociaciones o gremios de los productores cinematográficos nacionales y un director y su suplente escogidos por los gremios o asociaciones de las industrias cinematográficas nacionales.

## Capítulo V Del Presidente

**Artículo 16.** El Presidente del Centro Nacional Autónomo de Cinematografía tiene las siguientes atribuciones:

1. Ejercer la representación legal del Centro.
2. Convocar y presidir las reuniones del Consejo Nacional y del Comité Ejecutivo.
3. Constituir apoderados judiciales o extrajudiciales, previa autorización del Comité Ejecutivo.
4. Ejercer la administración del personal, así como nombrar y remover los

funcionarios del Centro. En el caso del personal gerencial, deberá tener la autorización del Comité Ejecutivo.

5. Elaborar y presentar el Plan Operativo Interno y el Proyecto de Presupuesto Anual de Gastos y someterlo a la aprobación del Comité Ejecutivo.
6. Atender la marcha diaria de la institución, conforme a la normativa, firmando los convenios y efectuando los gastos necesarios para ello, dentro de los límites que le fije el Comité Ejecutivo.
7. Decidir en Comité Ejecutivo la aplicación de las sanciones previstas en esta Ley; y
8. Las demás que le asigne esta Ley, los Reglamentos y el Comité Ejecutivo o el Consejo Nacional Administrativo.

## Capítulo VI Del Patrimonio del Centro

**Artículo 17.** El patrimonio del Centro Nacional Autónomo de Cinematografía estará integrado por:

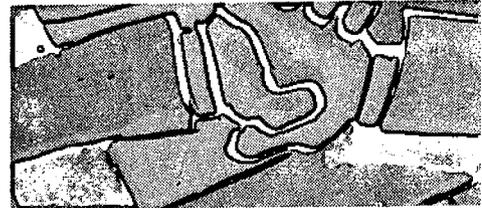
1. Las aportaciones anuales que le sean asignadas en la Ley de Presupuesto.
2. Los aportes provenientes del otorgamiento de permisos para la realización de obras cinematográficas extranjeras en el país y lo que paguen las obras cinematográficas extranjeras de carácter publicitario o propagandístico. El monto de dichos aportes será fijado por el Reglamento de esta Ley.
3. Los aportes que le puedan efectuar las personas naturales o jurídicas;
4. El patrimonio al cual se refieren los artículos 57 y 58 de esta Ley.

## TÍTULO III DE LA CULTURA CINEMATOGRAFICA

### Capítulo I Disposiciones Fundamentales

**Artículo 18.** El Centro Nacional Autónomo de Cinematografía, como ente encargado de fomentar y desarrollar la cultura cinematográfica estimulará y podrá realizar las siguientes actividades:

1. Fomentar la importación de obras cinematográficas de relevante calidad artística y cultural
2. La docencia, investigación, conservación, archivo y difusión cultural de obras cinematográficas y la coordinación de la participación, en esta tarea, de otras instituciones públicas o privadas que desarrollen actividades afines.
3. La creación y desarrollo de cineclubes y similares.



4. Estimular la asistencia del espectador cinematográfico.
5. Estimular la creación de asociaciones para la defensa de los derechos de los espectadores.

## Capítulo II De la Difusión Cultural Cinematográfica

**Artículo 19.** Se declaran de interés público y social los servicios y actividades de difusión cultural cinematográfica.

**Artículo 20.** El Centro Nacional Autónomo de Cinematografía tiene competencia en la difusión cultural cinematográfica, para lo cual dictará e implementará políticas necesarias para que la misma cumpla a cabalidad su propósito en todo el Territorio Nacional.

## TÍTULO IV DEL FORMATO A LA CINEMATOGRAFÍA

### Capítulo I De la Producción Nacional

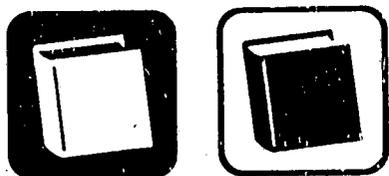
**Artículo 21.** El Centro Nacional Autónomo de Cinematografía fomentará e incentivará la producción de obras cinematográficas nacionales de carácter no publicitario o propagandístico.

**Artículo 22.** El aporte financiero o de capital a la producción de las obras cinematográficas nacionales de carácter no publicitario o propagandístico proveniente de persona natural o jurídica de carácter privado, podrá ser exonerado por el Ejecutivo Nacional del pago del impuesto sobre la renta correspondiente o de otros impuestos nacionales.

**Artículo 23.** El Centro Nacional Autónomo de Cinematografía promoverá políticas destinadas al mercadeo, promoción y a la exportación de obras cinematográficas nacionales, y orientará y asesorará a la actividad administrativa de todos los entes públicos que tengan o puedan tener relación directa o indirecta con esta materia.

### Capítulo II Del Financiamiento

**Artículo 24.** El Centro Nacional Autónomo de Cinematografía tendrá en



su presupuesto los recursos necesarios indispensables para financiar, estimular, desarrollar, fomentar, incentivar y subvencionar las actividades cinematográficas, y emitirá recomendaciones a solicitud del Presidente, del Consejo Nacional Administrativo o del Comité Ejecutivo.

### Capítulo III De la Distribución

**Artículo 25.** El Centro Nacional Autónomo de Cinematografía promoverá una política de incentivos para la importación y distribución de obras cinematográficas de relevante calidad artística y cultural.

**Artículo 26.** El Ejecutivo Nacional en ciertos casos, podrá exonerar del impuesto sobre la renta u otros impuestos nacionales, a las empresas distribuidoras por los ingresos y beneficios netos obtenidos en la distribución de las obras cinematográficas nacionales de carácter no publicitario o propagandístico.

### Capítulo IV De la Exhibición

**Artículo 27.** Se declaran a las salas de exhibición como áreas de naturaleza cultural y recreativas. En consecuencia, las entidades públicas y privadas, nacionales, estatales y municipales, estimularán su construcción y preservación en beneficio de la colectividad.

**Artículo 28.** Constituyen derechos fundamentales del público, la correcta instalación y conservación de las salas de exhibición cinematográfica, así como la correcta proyección de las obras cinematográficas.

El propietario o arrendatario de la sala, será responsable del cumplimiento de lo dispuesto en este artículo.

El Estado, a través del Centro Nacional Autónomo de Cinematografía establecerá las normas que garanticen el cumplimiento de este artículo.

**Artículo 29.** El Centro Nacional Autónomo de Cinematografía establecerá una política de estímulo para la recuperación y mejoramiento de salas de exhibición cinematográficas.

**Artículo 30.** El Ejecutivo Nacional podrá exonerar del impuesto sobre la renta u otros impuestos nacionales a las empresas exhibidoras cinematográficas.

### Capítulo V De la Importación

**Artículo 31.** La importación de obras cinematográficas solo tendrá las limitaciones que establezcan las normas que a tal efecto dicte el Ejecutivo Nacional, en materia arancelaria o en cualquier otra materia.

### Capítulo VI De la Comercialización

**Artículo 32.** Las obras cinematográficas nacionales de carácter no publicitario o propagandístico serán de distribución y exhibición preferencial en todo el Territorio Nacional, debiéndose garantizar su acceso a las salas de exhibición. El Estado a través del Centro Nacional Autónomo de Cinematografía, establecerá las normas de cumplimiento de estas obligaciones.

**Artículo 33.** El Centro Nacional Autónomo de Cinematografía establecerá los porcentajes mínimos de liquidación que deberá cancelar el exhibidor al distribuidor por la exhibición de la obra cinematográfica, y el porcentaje máximo que podrá cobrar el distribuidor al productor por la distribución de las obras cinematográficas nacionales.

**Artículo 34.** El Centro Nacional Autónomo de Cinematografía establecerá la cifra de continuidad en las salas de exhibición, para obras cinematográficas nacionales.

Se entiende por cifra de continuidad el número mínimo de boletos que debe vender una obra cinematográfica en una sala de exhibición, para lograr el promedio de dicha sala en un lapso de programación determinada, para continuar sus presentaciones al público. Esta norma se aplica a películas nacionales y extranjeras.

**Artículo 35.** En las salas de exhibición cinematográfica, en garantía de los derechos y en el cumplimiento de las obligaciones derivadas de esta Ley, se llevará un control sobre los boletos de entrada. El sistema de control será determinado por el Reglamento de esta Ley.

**Artículo 36.** Los exhibidores llenarán diariamente las planillas de control diseñadas por el Centro Nacional Autónomo de Cinematografía y le remitirán dentro de los primeros cinco (5) días hábiles de cada mes, una copia al Centro y otra al distribuidor.

## TITULO V DE LAS CERTIFICACIONES DE LA OBRA CINEMATOGRAFICA

**Artículo 37.** Serían certificadas como nacionales las obras cinematográficas de carácter no publicitario o propagandístico, que reúnan los siguientes requisitos:

1. Director venezolano o extranjero con visa de residente en el país.
2. El guión, sea éste adaptación, argumento, guión literal, diálogos o guión técnico, de autor venezolano o en su mayoría venezolanos o extranjeros con visa de residente en el país. El Comité Ejecutivo, por vía de excepción, podrá exonerar el cumplimiento de este requisito.
3. Que la versión sea en lengua española indígena. El Comité Ejecutivo podrá eximir el cumplimiento de este requisito.
4. El Centro Nacional Autónomo de Cinematografía deberá exigir además de los requisitos a los que se refieren los numerales anteriores, el cumplimiento de una o varias de las condiciones siguientes.
  - 1º Costos de producción financiados en proporción no inferior al cincuenta y uno por ciento (51%) por capitales nacionales.
  - 2º Cincuenta por ciento (50%) del tiempo de rodaje requerido para la realización de la obra cinematográfica en el país.
  - 3º La mitad de los protagonistas y de los papeles principales y secundarios serán interpretados por actores venezolanos o extranjeros residentes en el país; y
  - 4º La mitad del personal técnico de nacionalidad venezolana o extranjera residentes en el país.

**Artículo 38.** El Centro Nacional Autónomo de Cinematografía establecerá los requisitos que deberán cumplir las obras cinematográficas de carácter no publicitario o propagandístico realizadas en coproducción, con uno o varios países, para tramitar su certificación como nacional.

**Artículo 39.** El Centro Nacional Autónomo de Cinematografía podrá promover acuerdos, pactos o convenios binacionales o multinacionales, según los cuales obras cinematográficas extranjeras podrán obtener los mismos beneficios otorgados a las nacionales, siempre que las obras cinematográficas venezolanas obtengan similares derechos a los otorgados a las obras cinematográficas extranjeras, en el país con el cual se celebre el pacto o convenio.

**Artículo 40.** Para la producción total o parcial de obras cinematográficas extranjeras en el país se requerirá obtener del Centro Nacional Autónomo de Cinematografía el permiso de rodaje.

El Centro deberá otorgar o negar el permiso razonadamente dentro de los quince (15) días hábiles siguientes a la solicitud.

El Estado, a través del Centro Nacional Autónomo de Cinematografía dictará las normas que deberán cumplirse para autorizar la producción de obras cinematográficas extranjeras en el Territorio Nacional.

**Artículo 41.** Los entes públicos nacionales, estatales o municipales y las empresas en los cuales éstos tengan una participación decisiva, brindarán su concurso y facilitarán, la producción de obras cinematográficas nacionales.

## TITULO VI DE LA GARANTIA A LA LIBERTAD DE CREACION

**Artículo 42.** Ningún realizador o productor podrá ser privado de su libertad personal por causa del tema, contenido, guión, personajes o demás elementos inherentes al mensaje o idea de la obra cinematográfica, salvo que medie decisión de un Juez.

## TITULO VII DE LAS SANCIONES

**Artículo 43.** Las sanciones establecidas en esta Ley deberán ser aplicadas por los órganos del Centro Nacional Autónomo de Cinematografía, previa formación de expediente administrativo, de acuerdo a lo establecido en la Ley Orgánica de Procedimientos Administrativos.

**Artículo 44.** El incumplimiento de lo establecido en el artículo 30 de esta Ley, deberá ser notificado al propietario o arrendatario de la sala de exhibición cinematográfica con indicación precisa y detallada de las irregularidades observadas.

A partir de la notificación correrá un largo de treinta (30) días consecutivos para que las mismas sean subsanadas, salvo que por su naturaleza requieran de un tiempo mayor, el cual deberá ser autorizado por el Centro Nacional Autónomo de Cinematografía.

Vencido el plazo sin que se hubieren subsanado las deficiencias y según la naturaleza y gravedad del incumplimiento, se impondrá una multa de un monto equivalente al seis por ciento (6%) del ingreso producido en taquilla que le corresponda al exhibidor, desde la fecha de la notificación hasta el vencimiento del término y se le otorgará un nuevo plazo.

Vencido el segundo plazo, sin que se hubieren subsanado las irregularidades, el Centro Nacional Autónomo de Cinematografía podrá ordenar el cierre temporal de la sala hasta tanto no se subsanen las mismas, o en su defecto, el propietario o arrendatario dé caución o garantía suficiente para su corrección.

**Artículo 45.** El incumplimiento por parte del exhibidor de lo establecido en el artículo 32 de esta Ley, dará lugar a una sanción pecuniaria de un monto equivalente al veinte por ciento (20%) del ingreso por taquilla que corresponda al exhibidor durante el lapso del incumplimiento.

Si el incumplimiento se prolongase por más de cuarenta y cinco (45) días continuos, el Centro Nacional Autónomo de Cinematografía podrá ordenar el cierre temporal de la sala hasta tanto se subsane la falta que originó la sanción.

El incumplimiento por parte del distribuidor de lo establecido en el artículo 32 de esta Ley, dará lugar a una sanción pecuniaria de un monto equivalente al costo de laboratorio de cuatro (4) copias de la obra cinematográfica que dio lugar a la sanción.

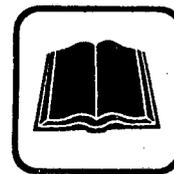
Si el incumplimiento se prolongase por más de cuarenta y cinco (45) días continuos después de haber sido notificado, el Centro Nacional Autónomo de Cinematografía, debidamente autorizado por el productor, podrá asumir la distribución de la obra cinematográfica en cuestión.

**Artículo 46.** El incumplimiento por parte del exhibidor o del distribuidor de lo establecido en el artículo 33 de esta Ley, dará lugar a una sanción pecuniaria de un monto equivalente al cincuenta por ciento (50%) de la diferencia porcentual que dio lugar a la sanción.

**Artículo 47.** El incumplimiento por parte del exhibidor de lo establecido en el artículo 34 de esta Ley, dará lugar a una sanción pecuniaria de un monto equivalente al cincuenta por ciento (50%) del ingreso por taquilla que corresponda al exhibidor durante la última semana de exhibición de la obra cinematográfica que dio lugar a la sanción, así como la reposición de la exhibición de la obra en cuestión.

Si el incumplimiento se prolongase por más de siete (7) días continuos contados a partir de la notificación, el Centro Nacional de Cinematografía podrá ordenar el cierre temporal de la sala de exhibición hasta tanto se corrija la situación que dio lugar a la sanción.

**Artículo 48.** El incumplimiento por parte del exhibidor de lo establecido en el artículo 35 de esta Ley, dará lugar a una sanción pecuniaria de un monto equi-



valente al cincuenta por ciento (50%) del ingreso por taquilla que corresponda al exhibidor desde la fecha en que se produjo el incumplimiento hasta que el mismo sea subsanado.

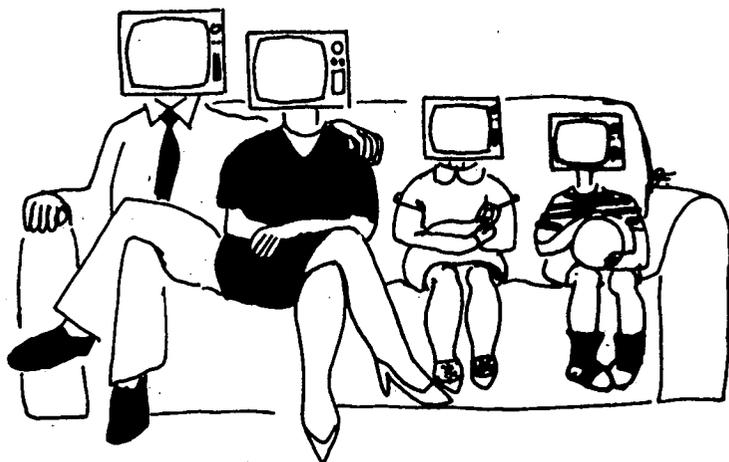
Si después de ser notificado el propietario o arrendatario de la sala, persistiese durante más de quince (15) días continuos la situación que dio origen a la sanción, el Centro Nacional Autónomo de Cinematografía podrá ordenar el cierre temporal de la sala hasta que la misma sea subsanada.

**Artículo 49.** Cuando el exhibidor deje de llenar o remitir a tiempo las planillas diarias a las que se refiere el artículo 36 de esta Ley, se le aplicará una sanción pecuniaria de un monto equivalente al diez por ciento (10%) del ingreso por taquilla, que haya correspondido al exhibidor durante los días a que se refieren las planillas que dieron lugar a la sanción.

**Artículo 50.** En el caso de incumplimiento de lo establecido en el artículo 43 de esta Ley, el Centro Nacional Autónomo de Cinematografía deberá paralizar la producción de la obra, en tanto no se subsane el incumplimiento y podrá imponer sanciones pecuniarias por un monto equivalente al cien por ciento (100%) del valor monetario del permiso para la realización de obras cinematográficas extranjeras en territorio nacional.

**Artículo 51.** Serán sancionadas con iguales penas a las previstas en este Título, las personas naturales o jurídicas, sujetos o no de esta Ley, que presten su colaboración para que las actividades cubiertas por las mismas, sean hechas en violación de lo preceptuado en su artículo.

**Artículo 52.** Los sujetos de esta Ley no podrán producir, distribuir, exhibir, ni difundir obras cinematográficas sin haber obtenido los certificados, permisos o autorizaciones a los que se refiere esta Ley. Además de las sanciones específicas, el Centro Nacional Autónomo de Cinematografía podrá ordenar la paralización y cese inmediato de la actividad que da origen al incumplimiento hasta tanto esos sujetos no cumplan con los requisitos y formalidades previstos.



**Artículo 53.** Cuando los actos dictados por las autoridades previstas en esta Ley lesionen derechos subjetivos o intereses legítimos personales y directos, el titular de esos derechos o intereses podrá fomentar los recursos que fueren procedentes. El Recurso Jerárquico podrá intentarse de la siguiente manera:

1. De las decisiones del Presidente en Comité Ejecutivo se podrá recurrir por ante el Consejo Nacional Administrativo; y
2. De las decisiones del Consejo Nacional Administrativo se podrá recurrir por ante el Ministro de adscripción. La decisión del Ministro de adscripción agota la vía administrativa.

## TITULO VIII DISPOSICIONES FINALES Y TRANSITORIAS

**Artículo 54.** Mientras el Consejo Nacional Administrativo del Centro Nacional Autónomo de Cinematografía no establezca o implemente políticas y criterios sobre comercialización cinematográfica, las Normas para la Comercialización de Obras Cinematográficas, contenidas en el Decreto 1612, de fecha 04 de septiembre de 1982, emanado de la Presidencia de la República, quedan vigentes.

**Artículo 55.** Mientras el Consejo Nacional Administrativo del Centro Nacional Autónomo de Cinematografía no establezca o implemente políticas y criterios sobre financiamiento a la obra cinematográfica nacional, se aplicarán las normas y tipos de financiamiento que regulan la materia en el Documento Constitutivo-Estatutario del Fondo de Fomento Cinematográfico, vigente a la fecha de la entrada en vigencia de esta Ley. La modificación total o parcial de lo establecido en dicho Estatuto, sólo podrá hacerse con el voto favorable de las dos

terceras partes (2/3) del Consejo Nacional Administrativo.

**Artículo 56.** Hasta tanto se decrete el Reglamento de esta Ley, los organismos y gremios del sector privado a los que se hace referencia en el artículo 12, serán aquellos que estén en ejercicio de la representación plena de los sectores señalados en los decretos que ordenan la creación y modificación del Fondo de Fomento cinematográfico (FONCINE), Nos. 1.963 de 16 de enero y 1.189 de 27 de agosto de 1991.

**Artículo 57.** El Ejecutivo Nacional previo el cumplimiento de las obligaciones legales que rigen la materia, tramitará dentro de los sesenta (60) días hábiles siguientes a la aprobación de esta Ley la transferencia al Centro Nacional Autónomo de Cinematografía, de la totalidad de los bienes, derechos o acciones que le correspondan al uso exclusivo de la Dirección de Cine del Ministerio de Fomento.

**Artículo 58.** El patrimonio proveniente del sector público en el Fondo de Fomento Cinematográfico, Asociación Civil, domiciliada en Caracas, debidamente constituida según documento protocolizado por ante la Oficina Subalterna del Primer Circuito de Registro del antes Departamento, hoy Municipio Libertador del Distrito Federal, en fecha 25 de enero de 1982, anotado bajo el N° 32, Tómo 5to., Protocolo Primero, pasará a formar parte del Centro Nacional Autónomo de Cinematografía. A estos efectos, dentro de los sesenta (60) días hábiles siguientes a la entrada en vigencia de esta Ley, el Presidente del Fondo convocará a una reunión de Asamblea cuyo objeto será tomar la decisión de transferencia de dichos bienes.

Dada, firmada y sellada en el Palacio Federal Legislativo, en Caracas, a los quince días del mes de agosto de mil novecientos noventa y tres. Años 183° de la Independencia y 134° de la Federación.

## Ley sobre el Derecho de Autor

# VENEZUELA SE EQUIPARA AL AMBITO INTERNACIONAL

Marta Aguirre

El 14 de agosto de 1993, luego de largos años de espera, el Congreso de la República de Venezuela decretó la nueva Ley sobre el Derecho de Autor, impulsada por el jurista Ricardo Antequera Parilli. Esta nueva Ley, que deroga la anterior promulgada en 1962, representa la culminación de la aspiración de las industrias de la informática, discografía, videografía y editorial que cuentan ahora con un instrumento para defenderse contra la "piratería" o reproducción ilegal. Venezuela se equipara así ante la comunidad internacional con una legislación moderna que garantiza la protección de sus bienes de producción intelectual e industrial.

Analizaremos los cambios más significativos y las innovaciones que esta Ley incluye:

Quedan protegidos en los artículos 1 y 2 (Título I, Capítulo I, Sección Primera) los derechos de los autores sobre todas las obras del ingenio de carácter creador, ya sean de índole literaria, científica o artística, cualquiera sea su género, forma de expresión o mérito o destino...susceptibles de ser divulgadas o publicadas por cualquier medio o procedimiento.

La novedad de la reciente Ley es la inclusión entre estas obras del ingenio, de los programas de computación, así como su documentación técnica y manuales de uso. Para tratar esta materia se creó en el Título I, Capítulo I, la Sección Quinta, artículo 17 (Ver anexo 1).

Las bases de datos son consideradas en el nuevo artículo 3 como obras del ingenio, sólo que distintas de la obra original.

En la Sección Segunda, De los autores, el nuevo artículo 5 establece "Los derechos de orden moral son inalienables, inembargables, irrenunciables e imprescriptibles".

La Sección Tercera, antes referida a las obras cinematográficas, ahora trata: De las obras audiovisuales, ampliándose así el margen de las obras protegidas.

“Se entiende por obra audiovisual toda creación expresada mediante una serie de imágenes asociadas, con o sin sonorización incorporada, que esté destinada esencialmente a ser mostrada a través de aparatos de proyección o cualquier otro medio de comunicación de la imagen y del sonido, con independencia de la naturaleza o características del soporte material que la contenga”.

En el Capítulo II, De la naturaleza del derecho de autor, resalta en la Sección Segunda, la extensión de 10 años más (de 50 a 60) de la duración de los derechos de autor después de su muerte (artículo 25). En el artículo 26 se expresa: “...el derecho de explotación de una obra audiovisual, de una obra radiofónica o de un programa de computación, se extingue a los sesenta años contados a partir del primero de enero del año siguiente al de su primera publicación o, en defecto de ésta, al de su terminación”.

Del mismo modo se extingue a los sesenta años el derecho de autor sobre obras anónimas o seudónimas (artículo 27).

En el Capítulo III, De los derechos afines al derecho de autor, en el artículo 38, “las fotografías y las reproducciones e impresiones obtenidas por un proceso análogo” pasan de ser tratadas como un producto en la derogada ley a ser consideradas como obras del ingenio con los mismos derechos que las señaladas en el artículo 1 y por lo tanto se extiende de 15 a 60 años, después de divulgada la obra, el lapso de extinción del derecho del fotógrafo y de sus derechohabientes.

En el Título II, Capítulo I, Del contenido de los derechos de explotación, se incluyen modificaciones sustanciales.

En el artículo 39 se sustituye el derecho de representación por el derecho de comunicación pública, éste se explicita ampliamente en el artículo 40. También se amplían significativamente en el artículo 41 las consideraciones sobre el derecho de reproducción (Ver anexo 2).

En el Capítulo II, De los límites de los derechos de explotación, artículos 43 y 44, se incrementan considerablemente las comunicaciones y las reproducciones que se consideran lícitas. Destacan las siguientes, referidas a la computación:

5.- La reproducción de una sola copia del programa de computación, exclusivamente con fines de resguardo o seguridad. 6.- La introducción del programa de computación en la memoria interna del equipo, a los so-

los efectos de su utilización por el usuario lícito, y sin perjuicio de su participación al titular del derecho cuando así se haya pactado en el contrato de enajenación del soporte material o en la licencia de uso.

En el Título III, De la explotación de la obra por terceros, capítulo I, Sección Primera, en el artículo 50 se establece que “Salvo pacto en contrario, toda cesión de derechos de explotación se presume realizada a título oneroso”.

La nueva Ley modifica la Sección Quinta, antes referida a la cesión ilimitada de los derechos de explotación y que ahora se denomina: De los derechos sobre las obras creadas bajo relación laboral o realizadas por encargo. El artículo 59 queda así:

“Se presume, salvo pacto expreso en contrario, que los autores de las obras creadas bajo relación de trabajo o por encargo, han cedido al patrono o comitente, según los casos, en forma ilimitada y por toda su duración, el derecho exclusivo de explotación definido en el artículo 23 y contenido en el Título II de esta Ley.

La entrega de la obra al patrono o a quien encarga la creación, según corresponda, implica la autorización para que éstos puedan divulgarla, así como para ejercer los derechos a que se refieren los artículos 21 y 24 de esta Ley y la de defender los derechos morales, en cuanto sea necesario para la explotación de la obra.

La cesión a que se refiere este artículo, no se efectúa implícitamente respecto de las conferencias o lecciones dictadas por los profesores en Universidades, liceos y demás instituciones docentes”.

La Sección Séptima ahora se denomina: De la gestión colectiva de derechos patrimoniales, y se refiere a la reglamentación que regirá a las entidades constituidas para defender los derechos patrimoniales que reconoce la Ley.

Por primera vez en el país (Título IV, De los derechos conexos al derecho de autor) se reconocen los derechos de los artistas intérpretes y ejecutantes, de los productores de fonogramas y de los organismos de radiodifusión (artículos del 90 al 102), materia bastante discutida en el ámbito internacional, específicamente en las Convenciones de Roma, 1961, y de Ginebra, 1971 (Ver Revista Comunicación 61, Enero-Marzo 1988)

En el Capítulo I, artículo 90, se advierte que estos derechos conexos no afectarán en modo alguno la protección del derecho de autor “y en caso de con-

flicto se estará siempre a lo que más favorezca al autor”.

El antes Título IV en la Ley de 1962 corresponde ahora al Título V y se refiere al Registro y depósito de la producción intelectual, el cual se ejercía en el Registro Público. El actual artículo 103 dice: “Se crea el Registro de la Producción Intelectual, adscrito a la Dirección Nacional del Derecho de Autor, donde podrán inscribirse (sic) las obras protegidas por esta Ley.

El Título VI referido a las Acciones Civiles y Administrativas, indica en su artículo 109 que es ante el Juez (Primera Instancia en lo civil) donde se pueden hacer valer los derechos de explotación que fija esta Ley. La multa por desconocimiento de esos derechos, que en la vieja ley no excedía los un mil bolívares y era convertible en arresto proporcional de veinte bolívares por cada día de arresto, actualmente se fijará así: “El juez impondrá la sanción a solicitud de la parte agraviada. La multa no excederá del equivalente a veinte veces el salario mínimo urbano fijado por el Ejecutivo Nacional, conforme a la Ley Orgánica del Trabajo, y es convertible en arresto proporcional a razón de quinientos bolívares por cada día de arresto. En caso de reincidencia, se podrá imponer el doble de la multa”.

También la nueva Ley incrementa las sanciones penales (Título VII). La utilización sin el consentimiento del autor del título de una obra, o su comunicación o reproducción, o la retransmisión de una radiodifusión sin el consentimiento del titular del derecho, conlleva el castigo de prisión de 6 a 18 meses (artículo 119). Igualmente en los artículos siguientes se establecen sanciones similares, las cuales serán fijadas en los Juzgados de Primera Instancia en lo Penal (Ver Anexo 3).

El Título VIII, Del ámbito de aplicación de la Ley, es similar al antes Título VII.

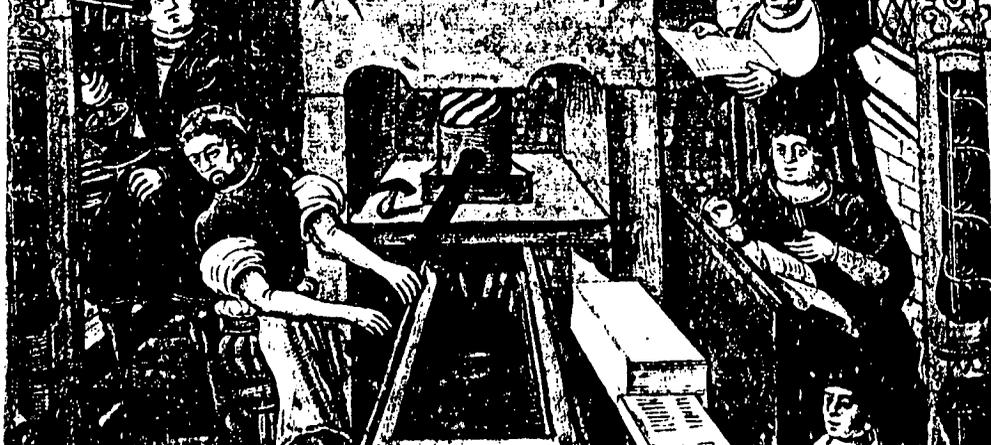
En el nuevo Título IX (artículo 130) se crea la Dirección Nacional del Derecho de Autor la cual ejercerá “las funciones de registro, vigilancia e inspección, en el ámbito administrativo y las demás contempladas en esta Ley”.

Todavía La Ley Orgánica de la Administración Central no ha establecido el Ministerio al cual estará adscrita esta Dirección, la cual podría estar cumpliendo sus atribuciones en 1994, todo depende de cuándo sea publicada esta Ley en Gaceta Oficial. El artículo 145, dice:

Se concede un plazo de seis (6) meses, contados a partir de la publica-

ción de esta Ley, para que el Ejecutivo Nacional, a través del Ministerio con competencia en la materia, ponga en funcionamiento la Dirección Nacional del Derecho del Autor.

Hasta tanto la Dirección Nacional del Derecho del Autor inicie sus actividades, los registros subalternos continuarán llevando el Registro de la Producción Intelectual, de acuerdo a la Ley de registro Público.



## Anexo 1

### Sección Quinta

#### De los programas de computación

**ARTICULO 17.-** Se entiende por programa de computación a la expresión en cualquier modo, lenguaje, notación o código, de un conjunto de instrucciones cuyo propósito es que un computador lleve a cabo una tarea o una función determinada, cualquiera que sea su forma de expresarse o el soporte material en que se haya realizado la fijación.

El productor del programa de computación es la persona natural o jurídica que toma la iniciativa y la responsabilidad de la realización de la obra.

Sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo 104 de esta Ley, y salvo prueba en contrario, es productor del programa de computación la persona que aparezca indicada como tal de la manera acostumbrada.

Se presume salvo pacto expreso en contrario, que los autores del programa de computación han cedido al productor, en forma ilimitada y por toda su duración, el derecho exclusivo de explotación de la obra, definido en el artículo 23 y contenido en el Título II, inclusive la autorización para ejercer los derechos a que se refieren los artículos 21 y 24 de esta Ley, así como el consentimiento para decidir sobre su divulgación y la de ejercer los derechos morales sobre la obra, en la medida que ello sea necesario para la explotación de la misma.

## Anexo 2

**ARTICULO 40.-** Se entiende por comunicación pública todo acto por el cual una pluralidad de personas puede tener acceso a la obra, y particularmente mediante:

1. Las representaciones escénicas, recitaciones, disertaciones y ejecuciones públicas de las obras dramáticas, dramático-musicales, literarias y musicales mediante cualquier forma o procedimiento.
2. La proyección o exhibición pública de las obras cinematográficas y demás obras audiovisuales.
3. La emisión de cualesquiera obras por radiodifusión o por cualquier medio que sirva para la difusión inalámbrica de signos, sonidos o imágenes.

4. La transmisión de cualesquiera obras al público por hilo, cable, fibra óptica u otro procedimiento análogo.
5. La retransmisión, por cualquiera de los medios citados en los apartes anteriores y por entidad emisora distinta de la de origen, de la obra radiodifundida o televisada.
6. La captación, en lugar accesible al público mediante cualquier instrumento idóneo, de la obra difundida por radio o televisión.
7. La presentación y exposición públicas.
8. El acceso público a bases de datos de computador por medio de telecomunicación, cuando éstas incorporen o constituyan obras protegidas.
9. En fin, la difusión, por cualquier procedimiento que sea, conocido o por conocerse, de los signos, las palabras, los sonidos o las imágenes.

**ARTICULO 41.-** La reproducción consiste en la fijación material de la obra por cualquier forma o procedimiento que permita hacerla conocer al público u obtener copias de toda o parte de ella, y especialmente por imprenta, dibujo, grabado, fotografía, modelado o cualquier procedimiento de las artes gráficas, plásticas, registro mecánico, electrónico, fonográfico o audiovisual, inclusive el cinematográfico.

El derecho de reproducción comprende también la distribución, que consiste en la puesta a disposición del público del original o copias de la obra mediante su venta u otra forma de transmisión de la propiedad, alquiler u otra modalidad de uso a título oneroso.

Sin embargo, cuando la comercialización autorizada de los ejemplares se realice mediante venta, el titular del derecho de explotación conserva los de comunicación pública y reproducción, así como el de autorizar o no el arrendamiento de dichos ejemplares.

## Anexo 3

### TITULO VII SANCIONES PENALES

**ARTICULO 119.-** Siempre que el hecho no constituya un delito más grave previsto en el Código Penal u otras leyes, será castigado con prisión de seis (6) a dieciocho (18) meses, todo aquel que con intención y sin tener derecho a ello, emplee el título de una obra, con infracción del artículo 24; o comunique, en violación del artículo 40 de esta Ley, en forma original o elaborada, íntegra o

parcialmente, obras del ingenio, ediciones de obras ajenas o de textos, o fotografías o productos obtenidos por un procedimiento similar a la fotografía o imágenes impresas en cintas cinematográficas, equiparadas a la fotografía; o distribuya, en violación del primero o segundo apartes del artículo 41, ejemplares de obras del ingenio protegidas por esta Ley, inclusive de ejemplares de fonogramas; o retransmita, con infracción del artículo 101, una emisión de radiodifusión sin el consentimiento del titular del respectivo derecho.

**ARTICULO 120.-** Será penado con prisión de uno a cuatro (4) años, todo aquel que con intención y sin derecho reproduzca, con infracción del encabezamiento del artículo 41 de esta Ley, en forma original o elaborada, íntegra o parcialmente, obras del ingenio, ediciones de obras ajenas o de textos, o fotografías o productos obtenidos por un procedimiento similar a la fotografía o imágenes impresas en cintas cinematográficas equiparadas a la fotografía; o quien introduzca en el país, almacene, distribuya, venda o ponga de cualquier otra manera en circulación reproducciones ilícitas de las obras del ingenio o productos protegidos por esta Ley.

**ARTICULO 121.** En la misma pena prevista en el artículo anterior, incurrirá todo aquel que intencionalmente y sin derecho, reproduzca o copie, por cualquier medio, la actuación de un intérprete o ejecutante, o un fonograma, o una emisión de radiodifusión, en todo o en parte, sin autorización expresa del titular del derecho respectivo, sus derechohabientes o causahabientes, o a quien introduzca en el país, almacene, distribuya, venda o ponga de cualquier otra manera en circulación dichas reproducciones o copias.

**ARTICULO 122.-** Las penas previstas en los artículos precedentes se aumentarán en la mitad cuando los delitos señalados sean cometidos respecto de una obra, producto o producción no destinados a la divulgación, o con usurpación de paternidad, o con deformación, mutilación u otra modificación de la obra, producto o producción que ponga en peligro su decoro o la reputación de una de las personas protegidas por la Ley.

**ARTICULO 123.-** El enjuiciamiento de los hechos a que se refieren los artículos anteriores, sólo se iniciará mediante denuncia de parte interesada.

**ARTICULO 124.-** En la medida prevista en el artículo 113 de esta Ley, el Juez podrá decretar la publicación por la prensa de la sentencia condenatoria o absolutoria, a costa del reo o del denunciante, según los casos.

# INSTRUCCIONES A LOS AUTORES

## 1. GENERAL

- 1.1. Los manuscritos remitidos para publicación y las comunicaciones relacionadas con asuntos editoriales deben ser remitidas al Editor de la Revista.
- 1.2. Los manuscritos deben ser escritos en idioma castellano o inglés, con un resumen en castellano y otro en inglés (Abstract).
- 1.3. Los manuscritos deben ser remitidos por triplicado.

## 2. PRESENTACION

- 2.1. Los manuscritos deben estar mecanografiados a doble espacio en un solo lado del papel, dejando márgenes amplios.
- 2.2. Los trabajos deben estar divididos en secciones, en el orden siguiente: Título en español, Título en inglés, Autores, Resumen, Abstract, Introducción, Materiales y Métodos, Resultados y Discusión, Literatura Citada.
- 2.3. El resumen no debe excederse de 300 palabras. Al final del resumen deben colocarse de tres a cinco palabras claves que identifiquen el tema tratado.
- 2.4. Las partes del trabajo deben ser escritas en letras minúsculas excepto los encabezamientos que estarán en mayúsculas.
- 2.5. Las tablas, figuras, diagramas y fotos deben ser remitidas por separado. Deben estar identificados con números arábigos, (sin usar símbolos como Nº) en orden consecutivo.
- 2.6. El lugar de ubicación de las tablas, figuras, diagramas o fotos deben estar indicados en el texto en el margen.
- 2.7. Las tablas se titularán en la parte superior, y las figuras en la parte inferior.
- 2.8. Las reproducciones de fotografías se harán en blanco y negro. La calidad de las fotografías debe ser muy buena, copiadas en papel brillante.
- 2.9. Deben usarse abreviaturas internacionales convencionales: m (metro), kb (kilobytes), kh (kilohertz), min (minutos), etc.
- 2.10. En las abreviaturas de nombres o de otras unidades se recomienda no utilizar puntos: UNESCO, ALAIC, CONAC, MTC y no U.N.E.S.C.O., A.L.A.I.C., C.O.N.AC. o M.T.C.
- 2.11. Es obligatorio el empleo del sistema métrico decimal.

## 3. LITERATURA CITADA

- 3.1. Las referencias en la literatura citada deben ser numeradas alfabéticamente.
- 3.2. En el texto debe usarse el número como referencia y en la medida de lo posible no citar nombres.
- 3.3. Las referencias deben contener: Número, Apellido e iniciales del nombre del primer autor, (iniciales del nombre y apellido del segundo autor, iniciales del nombre y apellido del tercer autor, etc.) año de publicación, título del trabajo, revista, volumen y páginas (usando minúsculas).
- 3.4. Se recomienda utilizar las abreviaturas convencionales internacionalmente aceptadas para los nombres de las revistas y publicaciones periódicas.

## 4. FINALES

- 4.1. El artículo debe venir acompañado de la autorización de publicación firmada por todos los autores.
- 4.2. El trabajo recibido por el Editor, será enviado al Comité Editorial para su revisión y visto bueno. En caso de recibir observaciones por parte del árbitro del Comité Editorial, éstas serán enviadas al (los) autor (es) para su corrección.
- 4.3. Cuando el trabajo sea aceptado, el (los) autor (es) será (n) informado (s) del tiempo aproximado de publicación.
- 4.5. El (los) autor (es) recibirá (n) 25 separatas sin costo alguno.

# GUIDELINES FOR AUTHORS

## 1. GENERAL

- 1.1. *Papers must be sent to be published and the communications related to editorial matters must be sent to the Editor in Chief of the "Revista".*
- 1.2. *Papers must be written in Spanish or English with an abstract written in both languages.*
- 1.3. *Papers must be sent in triplicate.*

## 2. PRESENTACION

- 2.1. *Papers must be typed with double space and in only one face of the paper, with wide margins.*
- 2.2. *Works must be divided in sections in the following order: Spanish Title, English Title, Authors, Resumen, Abstract, Introduction, Materials and Methods, Results and Discussion, Quoted Literature.*
- 2.3. *The abstract must be not longer than 300 words.*
- 2.4. *The parts of the work must be written in lower letters, exception made with the headline which must be in capital letters.*
- 2.5. *Charts, shapes, schemes and photos must be sent separately, they must be identified with arabig numbers (without using symbols like Nº) in consecutive order.*
- 2.6. *The place of the charts, shapes, schemes or photos must be indicated in the margin of the text.*
- 2.7. *The charts will be titled in the superior part, while shapes will be in the inferior part.*
- 2.8. *The reproduction of the photos will be made in black and white. The quality of the photos must be excellent, copied in bright paper.*
- 2.9. *It must be used the conventional International abbreviations: m (meter), kb (kilobytes), kh (kilohertz), min (minutes), etc.*
- 2.10. *In the abbreviation of names or other units it is recommended not to use periods: UNESCO, ALAIC, CONAC, MTC instead of U.N.E.S.C.O., A.L.A.I.C., C.O.N.AC. or M.T.C.*
- 2.11. *It is obligatory to use the decimal metric system.*

## 3. LITERATURA CITADA

- 3.1. *The references in the literature quoted must be numbered alphabetically.*
- 3.2. *The number must be used as reference in the text, and, if it is possible, names must not be quoted.*
- 3.3. *References must content: number, last name and the initial of the surname of the first author (initials of the surname and last name of the third author, etc.) publication year, work title, magazine, volumen and pages (using lower letters).*
- 3.4. *It is recommended to use the conventional abbreviations internationally accepted for the names of the journals and periodic publications.*

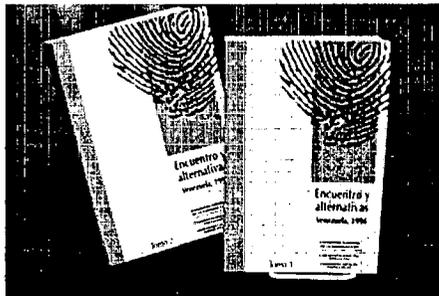
## 4. FINALES

- 4.1. *The article must come together with the authorization of publication signed by all authors.*
- 4.2. *The work received by the Editor in Chief will be send to the Comité Editorial to be subject to critical review. In case that observations are received from the referee of the Comité Editorial, the work will be returned to the author(s) to be corrected.*
- 4.3. *Once the work is accepted, the author(s) will be informed of the approximate time of publication.*
- 4.4. *The author(s) will receive 25 reprints without any charge.*



¡Adquiera ya el libro del Encuentro Nacional de la Sociedad Civil!

**ENCUENTRO Y ALTERNATIVAS  
Venezuela 1994**



**Distribuye Monte Avila Editores**  
Avenida principal de La Castellana con  
primera transversal, Quinta Cristina  
Teléfonos: 32.60.20(Master) 263.85.08  
263.87.83 Fax: 33.75.26

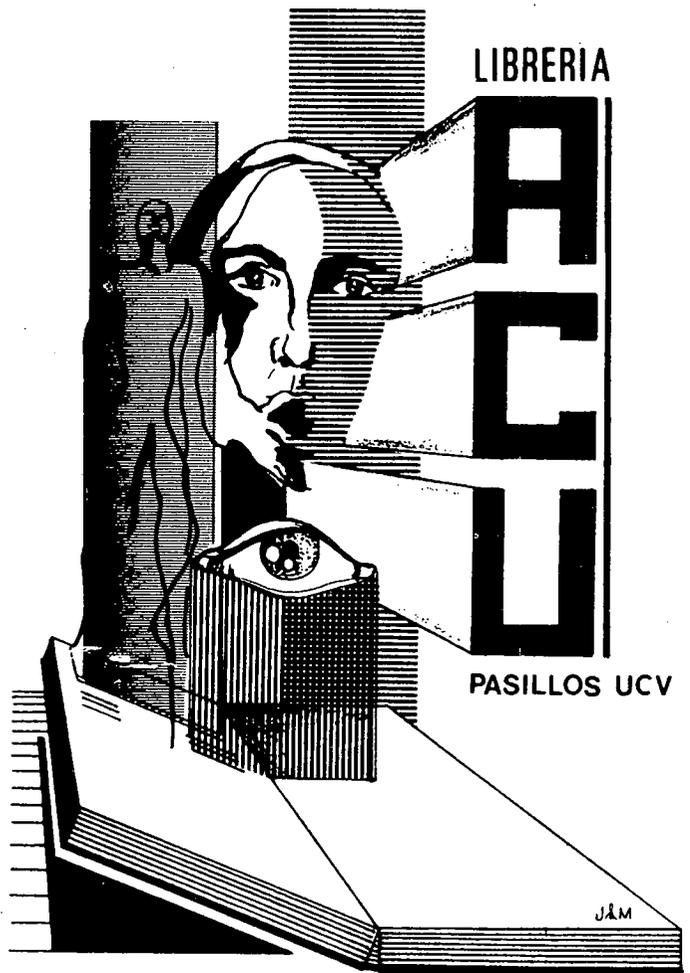
**Publicaciones UCAB**  
Edificio de Aulas, Módulo I, P.B.  
Universidad Católica Andrés Bello  
Montalbán - La Vega  
Teléfono: 442.95.11 (Ext. 189)  
Telefax: 471.12.70

**Fundación Kual-Mare**  
(Red de Librerías)  
Calle Hípica con calle La Guairita,  
Edificio Kual-Mare  
Teléfono: 91.94.01  
Telefax: 92.65.34

**Distribuidora Estudios**  
Esquina de La Luneta, Edificio Centro  
de Valores - Local 3, Altagracia.  
Teléfonos: 562.58.18/ 51.03  
562.40.49/ 62.67  
Fax: 561.82.05

Y en todas las librerías del país

LIBRERIA



PASILLOS UCV

J&M

TEXTOS Y PUBLICACIONES  
DE COMUNICACION SOCIAL

**CD - ROM**

**RED LATINOAMERICANA  
EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION**

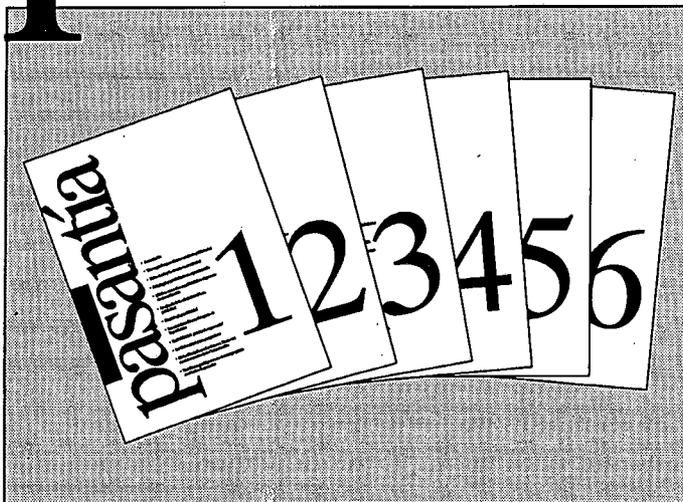


Disco Compacto que reúne las bases biográficas y hemerográficas de las siguientes instituciones miembros de la red:

CIESPAL (Ecuador), Facultad de Ciencias de la Información en la Universidad Complutense (España), INTERCOM: Universidad de Sao Paulo (Brasil), IPAL (Perú), Instituto de Comunicación y Desarrollo (Uruguay), CONEICC (México), e ILCE (México).

*El disco puede solicitarse a IPAL (Instituto para América Latina)  
Avenida Juan de Aliaga 204. Lima 17- Perú  
Apartado Postal 270031 - Lima 27 - Perú  
Costo del disco: U\$S 100*

# Cuadernos pasantía



Pasantía es la colección de la Fundación Carlos Eduardo Frias, que reúne las charlas-conferencias sobre temas como Comunicación Corporativa, el negocio de la Publicidad, las investigaciones en Publicidad, Creatividad, Mercadeo Directo, planificación de Medios, entre otros, dictadas a los participantes en el Programa de Pasantías Académicas por calificados especialistas que contribuyen a facilitar a estudiantes y jóvenes profesionales un mejor entendimiento del quehacer publicitario y comunicacional

- De venta en las Librerías de las Universidades e Institutos de Educación Superior
- Distribuido por Monte Avila Editores



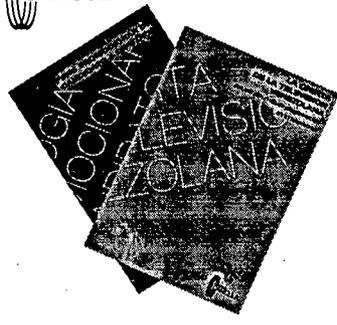
Fundación  
Carlos Eduardo Frias

Para mayor información y pedidos: Fundación Carlos Eduardo Frias, Av. Diego Cisneros, Edf. ARS, piso 4, Los Ruices. Caracas, 1071, Venezuela.  
Teléfonos: 238.2511-239.0533 ext 409-453

L.J.J. FCF-93-0018

## PREMIO CARLOS EDUARDO FRIAS

Obras Premiadas 1992-93



### LA OFERTA DE LA TELEVISION VENEZOLANA

*Nathalie Alvaray  
Zamawa Arenas  
Anacristina Tkachenko*

### DISEÑO DE METODOLOGIA PARA PROMOCIONAR UN CANDIDATO A DIPUTADO

*Roberta Marcotulio  
Haidée Velandria*

De venta en las Librerías de las Universidades e Institutos de Educación Superior.



Fundación  
Carlos Eduardo Frias

Para mayor información y pedidos: Fundación Carlos Eduardo Frias, Av. Diego Cisneros, Edf. ARS, piso 4, Los Ruices. Caracas, 1071, Venezuela.  
Teléfonos: 238.2511-239.0533 ext 409-453

L.J.J. FCF-93-0018

# comunicación

Estudios venezolanos de comunicación

Perspectiva Crítica y Alternativa

Integrantes de la Red Iberoamericana  
de Revistas de Comunicación y Cultura

## Boletín de Suscripción 1994

Centro Gumilla  
Edif. Centro Valores, Local 2  
Esquina de la Luneta  
Altagracia, Caracas 1010-A  
Venezuela

Apartado 4838  
Teléfonos 564.98.03  
564.75.57, 564.58.71  
Fax: (02) 561.82.05

Apellidos ..... Nombres .....

Domicilio .....

Teléfono .....

Población/Distrito Postal ..... Provincia/País .....

Profesión ..... Empresa .....

Dirección .....

Teléfono ..... Población .....

Deseo envíen suscripción a domicilio

Deseo envíen suscripción a empresa

Cuatro números al año:

Venezuela: Bs. 1.400,00

Extranjero (vía aérea): 30 \$

América (vía superficie): 20 \$

Europa y resto del mundo (vía aérea): 40 \$

Forma de Pago:

Cheque a nombre de FUNDACION CENTRO GUMILLA

Giro Postal Nº: .....



ALFADIL EDICIONES

COLECCION HOGUERAS DE ALFADIL EDICIONES  
LIBROS DE CRONICAS Y REPORTAJES UNICOS DENTRO  
DEL PERIODISMO VENEZOLANO

Sangre, dioses, mudanzas,  
**Sergio Dahbar**

Miraflores fuera de juego,  
**Eleazar Díaz Rangel**

Los midas del valle,  
**Juan Carlos Zapata**

El dinero, el diablo y el buen Dios  
**Juan Carlos Zapata**

Todos somos garimpeiros,  
**Hugo Prieto**

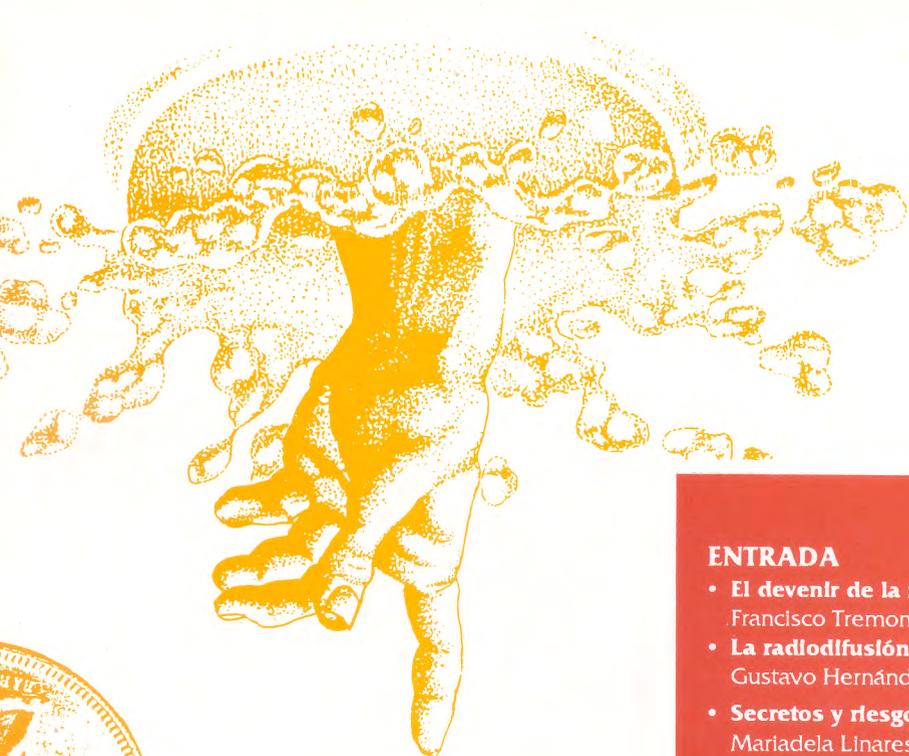
Mujeres de Exceso,  
**Varios**

Los rostros del golpe,  
**Angel Rodríguez Valdés**

La otra muerte de CAP  
**Angel Rodríguez Valdés**

Caracas 9 m.m.  
**Earle Herrera**

De próxima aparición en esta colección: Los venenos del poder,  
**Juan Carlos Zapata**



## ENTRADA

- **El devenir de la Industria cultural venezolana en el último quinquenio**  
Francisco Tremonti
- **La radiodifusión en Venezuela para 1993**  
Gustavo Hernández Díaz
- **Secretos y riesgos de la Información económica**  
Mariadela Linares
- **Retrato cultural de una ciudad Inconclusa**  
Marilyn Balbi
- **Las nuevas plantas de TV en Venezuela**  
Flor Fabiola Zerpa
- **A propósito de un libro: "Familia y televisión", o un ajuste de cuentas frente a la desconfianza respecto a las capacidades del público**  
Marcelino Bisbal

## ESTUDIOS

- **Las representaciones sociales y su configuración narrativa (Segunda parte: la configuración del acontecer social)**  
Jesús María Aguirre
- **Periodismo, ritual y creación**  
Aguilón Esté
- **Dos estrategias retóricas en el periodismo de opinión**  
Luis Angulo Ruiz
- **Tendencias en la Investigación del flujo Internacional de Información: una discusión sobre diferentes enfoques**  
Maritza Guadarrama

## HABLEMOS

- **Elseo Verón: ¿Construir es Inventar? Los medios, la comunicación, las políticas Involuntarias**  
Silvia Hopenhayn

