

# comu nica ción

CENTRO GUMILLA

Estudios venezolanos  
de comunicación  
Nº 98

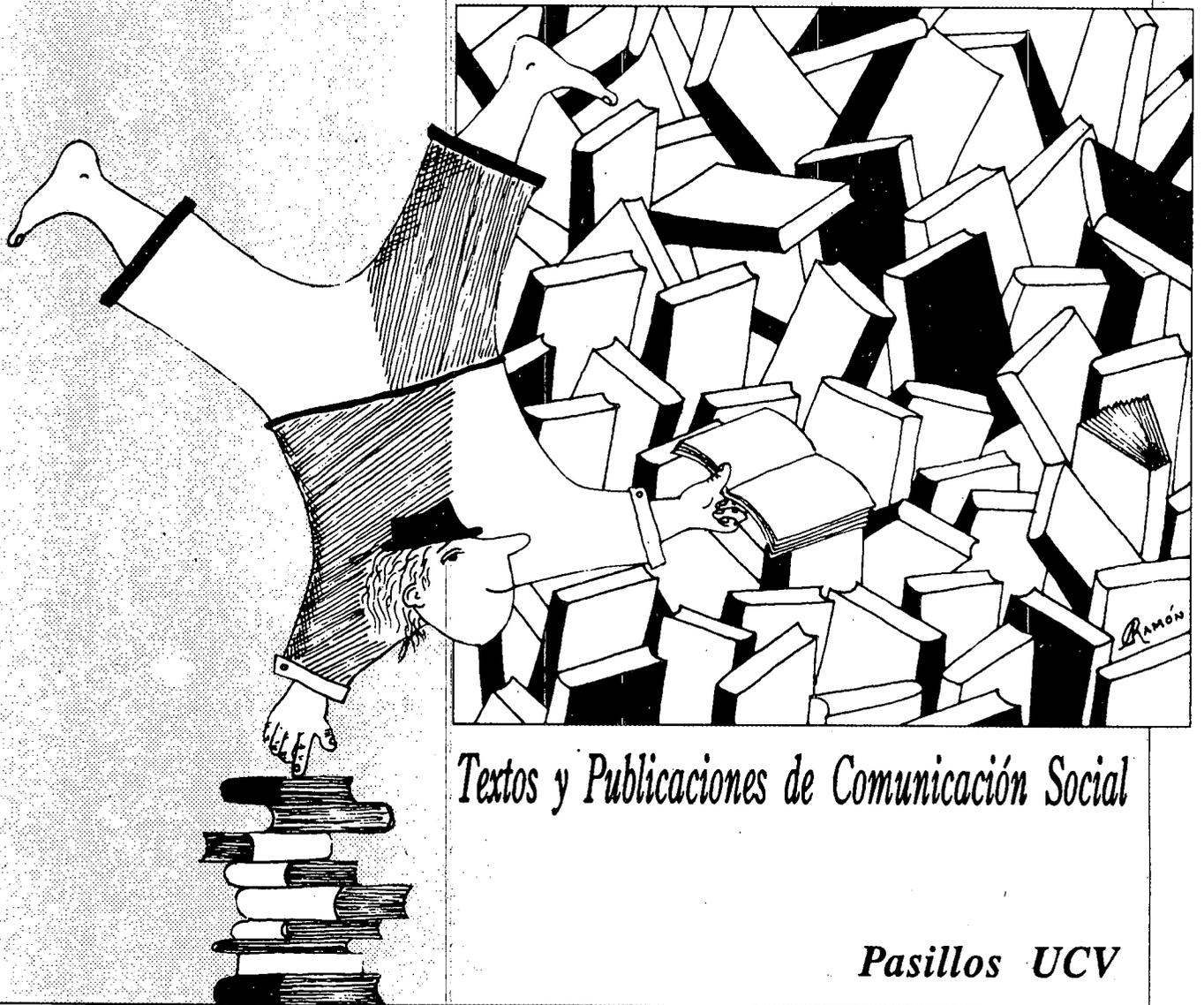
Segundo trimestre 1997

Telecomunicaciones:  
rutas estratégicas



L I B R E R I A

# ACU



*Textos y Publicaciones de Comunicación Social*

*Pasillos UCV*

# comunicación

Estudios venezolanos de comunicación  
CENTRO GUMILLA

Perspectiva Crítica y Alternativa  
Integrantes de la Red Iberoamericana  
de Revistas de Comunicación y Cultura

## SUMARIO

### PRESENTACION

2

### ENTRADA

- **Las comunicaciones y el futuro** 3  
Sergio I. Melnick
- **La era electrónica y el desvalido en información: amenazas y oportunidades** 7  
Christopher Zielinski
- **Telecomunicaciones, cojeando del lado regulatorio** 10  
Victoria Cunningham
- **Los medios de comunicación ante las nuevas transformaciones** 14  
Jesús María Aguirre
- **El proyecto satelital Simón Bolívar, 23 años de historia** 20  
Reyna Expósito y Juan Manuel Matos
- **Las telecomunicaciones en la sociedad de la información: retos y estrategias para la UIT** 23  
Donald Maclean
- **El Grupo Cisneros o una recomposición telecomunicacional** 26  
Andrés Cañizález
- **Sociedad de la información y globalización en América Latina** 29  
Migdalia Pineda de Alcázar
- **Proyecto para la instalación de una Red Radial de Fronteras** 37  
Gustavo Villamizar Durán
- **Efectos sociales de la globalización. Nuevas étnias: la diáspora venezolana** 41  
Enrique Alí González
- **La otra mitad del sol, una telenovela de Colombia** 53  
Antonio Almeida

### ESTUDIOS

- **Ley de telecomunicaciones (La propuesta de Conatel)** 58  
Gustavo Hernández Díaz
- **Del Neoliberalismo a la Desregulación** 62  
Francisco Tremonti
- **Globalización y políticas de comunicación regionales** 70  
Marcial Murciano

### HABLEMOS

- **Conversaciones con Umberto Eco. A tres décadas de *Apocalípticos e Integrados*** 78  
Lucrecia Escudero Chauvel

### INFORMACIONES

85

### RESEÑA

92

### DOCUMENTOS

95

#### Director

Marcelino Bisbal

#### Consejo de Redacción

Jesús María Aguirre

Francisco Tremonti

José Ignacio Rey

Andrés Cañizález

Gustavo Hernández

Carlos Correa

Marcelino Bisbal

#### Asistente Consejo

Elsa Pilato

#### Diseño y Diagramación

Impregraf C.A.

Tlf.: 762.81.70

#### Impresión

Gráficas León S.R.L.

Tlf.: 571.65.24

#### Suscripción

(4 números al año)

Venezuela: Bs. 6.000,00

Exterior: US\$ 35

(vía superficie)

América: US\$ 40

(vía aérea)

Resto del mundo:

US\$ 55 (vía aérea)

Envíe su pago a:

Centro Gumilla

Edificio Centro Valores,

Local 2, Esquina de la Luneta,

Altagracia, Apartado 4838

Teléfonos: 564.98.03 - 564.58.71

Fax: (02) 564.75.57

Correo electrónico:

cengumi@conicit.ve

Redacción SIC:

rsic@etheron.net

Redacción Comunicación:

comunica@etheron.net

Programa de Formación:

fgumilla@etheron.net

Unidad de Documentación:

dgumilla@etheron.net

Administración:

administra@etheron.net

Publicidad y Mercadeo

gmercadeo@etheron.net

Caracas 1010-A-Venezuela

Depósito Legal

pp 76-1331

ISSN: 0798-1856

Realizada bajo los auspicios de la:

FUNDACION



POLAR

**H**oy las telecomunicaciones globalizadas se han convertido en las rutas imprescindibles de transmisión y en el motor de la comunicación social. El 15 de febrero se firmaba en Ginebra el Acuerdo de la Organización Mundial del Comercio (OMC) sobre los servicios de telecomunicación de base. Con ello se buscaba la liberalización de un sector, cuya facturación global está calculada en más de 600 mil millones de dólares y que analistas de la industria pronostican que para el 2020 se elevará a 2 billones de dólares. Según el acuerdo, firmado por 67 países, cuyos miembros representan 93 por ciento del mercado de las telecomunicaciones, el primero de enero de 1998 deberán desaparecer los monopolios estatales en empresas del sector telefónico.

Si bien antes del acuerdo se habían efectuado algunos movimientos de concentración y expansión en diversas compañías globalizadas verticalmente, sea integrando empresas del sector especializado en producción (News Corp, Disney, Time Warner, Viacom, TCI...), sea asociándose a empresas del sector electrónico (General Electric, Westinghouse...) las nuevas alianzas tienen que ver más bien con el reparto mundial del mercado de las telecomunicaciones, basadas en la telefonía, y la convergencia de las empresas de medios masivos con el sector de la computación y el de las telecomunicaciones.

En el proceso de reestructuración del campo de las telecomunicaciones los principales grupos han comenzado a rediseñar sus estrategias. Entre estos, atendiendo al volumen de facturación en dólares, cabe destacar NTT del Japón (\$72 millardos), AT&T de Estados Unidos (\$ 47,3 millardos), Deutsche Telekom de Alemania (\$43,9 millardos), Concert de Gran Bretaña y Estados Unidos (\$42 millardos), France Telecom de Francia (\$ 29,6 millardos), y British Telecommunications de Inglaterra (\$23,6 millardos). Los movimientos que se están operando obedecen a tácticas distintas según el grado de liberalización del país, en que se enmarcan la empresas. Así, por ejemplo, la NTT, se dividirá en tres empresas, una para comunicaciones internacionales y dos locales bajo una sociedad de cartera. El estable-



# PRESENTACION

cimiento de este holding, antes prohibido en el Japón, le permitirá aumentar su competitividad internacional ante los nuevos grupos asociados. En efecto, las empresas de países, ya liberalizados, Estados Unidos e Inglaterra han corrido en búsqueda de aliados para imponerse en la competencia final. Este es el caso de la alianza estratégica firmada en Madrid el 18 de abril entre la británica British Telecom (BT) y la norteamericana Microwave Communications Inc (MCI) con la Telefónica Española. El acuerdo implicó el cruce de participaciones entre BT y Telefónica, la salida de la operadora española del consorcio europeo Unisource y la venta de la participación. Con esta alianza esperan servir mejor a los clientes y, fundamentalmente, conseguir un crecimiento a medio y largo plazo de los ingresos y beneficios de todo el grupo, además de consolidar y reforzar la presencia de Telefónica en los países de habla hispana. También Venezuela a través de la CANTV se ha asociado a este grupo lleno de promesas.

Junto a este proceso cinco compañías productoras de programas y globalizadas verticalmente —News Corp, Disney, Time Warner, Viacom y TCI— se han ido vinculando a los sectores de telecomunicaciones y computación (General Electric,

Westinghouse, Microsoft...) con el objeto de adelantarse a la carrera establecida por Internet en el dominio del ciberespacio. Igualmente en Venezuela el grupo ODC, que había crecido con un modelo horizontal diversificado, ha apostado todo por un modelo más vertical concentrado en el sector de la televisión vía satélite.

Cierta visión optimista en Venezuela señala que hay que corregir la idea de imaginarse a estas entidades como monstruos del sector público o como gigantes consorcios internacionales, y que actualmente en el país hay por los menos 176 empresas que prestan servicios en el área, de las cuales ninguna pertenece al sector público y no todas son parte de consorcios internacionales. Nuestro planteamiento, un tanto menos ingenuo, es que en adelante las nuevas empresas de telecomunicaciones de todos los países del mundo tendrán que formar parte, sea por la propiedad parcial o sea por afiliación, a las tres o cuatro redes mundiales de telecomunicaciones que se impondrán y someterse a la lógica de la producción y distribución de programas impuesta por unos cinco grandes grupos en un mercado de productos culturales ya globalizado. Obviamente siempre tendremos lugar para llenar los intersticios, aunque bajo estructuras fuertemente consolidadas.

## Las comunicaciones y el futuro

Sergio I. Melnick

Estas reflexiones son eminentemente especulativas, audaces en muchas aseveraciones. Su objetivo es motivar una discusión abierta sobre el tema de las comunicaciones, cuyo rol protagonista en la sociedad actual no se puede eludir.

Las analizaremos a través de cuatro grandes interrogantes:

### I.- DE QUÉ ESTAMOS HABLANDO COMO PROBLEMA DE FONDO

Ideas centrales, vistas desde la perspectiva del futuro, que no deben confundirse con el estudio del futuro de las comunicaciones que, aunque relacionado, es un tema diferente. Son las siguientes:

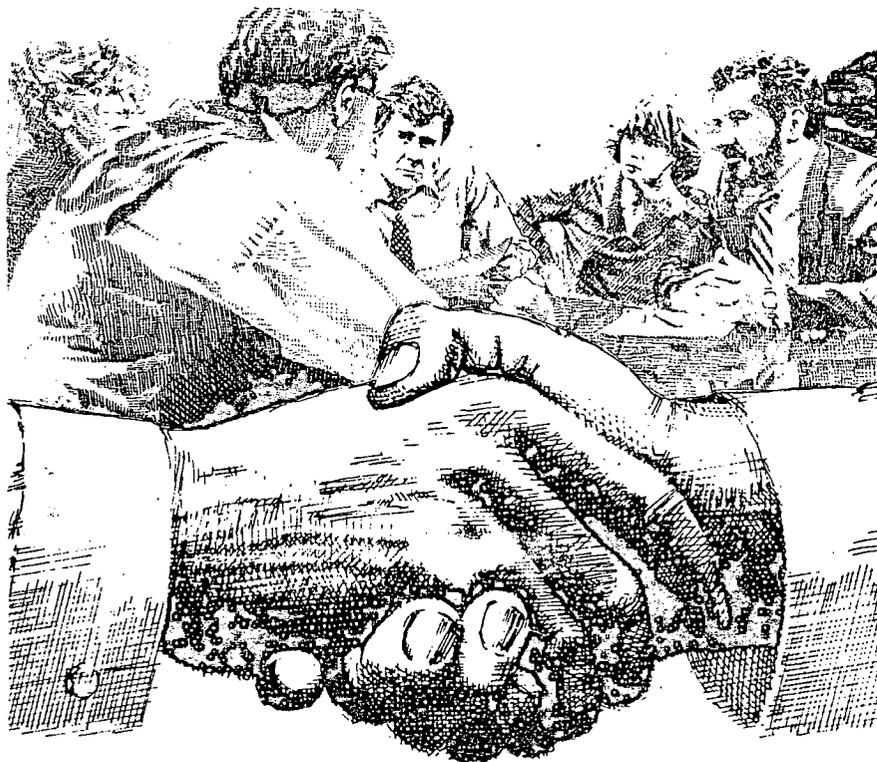
#### 1.1.- Una "realidad electrónica"

Nuestra relación con el mundo que nos rodea (ecología) ha cambiado espectacularmente a través del tiempo. En el presente, estamos viviendo dentro de una red electrónica de información, y es desde allí como vemos y percibimos el mundo en que vivimos.

Esto ha ocurrido así porque la tecnología electrónica, el computador, tiene la extraordinaria capacidad de estandarizar todas las formas tradicionales de información. Imágenes, letras, sonidos, textos y otros se pueden estandarizar todos a este lenguaje cero-uno, y así mezclar o potenciar entre ellos.

En mi opinión, el próximo paso evolutivo es ocupar directamente la luz como medio. Esto significa la posibilidad de comunicación de imágenes directamente entre emisor y receptor.

En esta nueva realidad, el computador constituye un paso más en la búsqueda del lenguaje universal: un código largamente buscado y pensado por los hombres a través de los



milenios, capaz de concentrar e integrar todos los accesorios que el hombre fue creando para extender sus sentidos y capacidades. Concentra: el reloj, el teléfono, la grabadora, la radio, el diario, la calculadora, la cámara fotográfica, el talonario de cheques, la biblioteca y casi todo lo que se nos pueda ocurrir. No será posible sobrevivir socialmente sin el acceso a uno de ellos; este paso de la historia trae consigo, inevitablemente, una nueva forma de realidad social más compleja y de reglas de convivencia y poder aún en proceso de definición.

#### 1.2.- La cercanía "comunicacional" y la distancia de las personas: el reinado de la telecomunicación

Esta nueva realidad electrónica se caracteriza, entre otras cosas, porque está sobresaturada de datos e información, que crece mucho más

rápido no sólo de lo que podemos manejar, administrar o almacenar, llega incluso más allá de lo que podemos entender. Luego, el gran desafío del siglo XXI será del "entendimiento" más que del conocimiento, tratar de darle sentido a lo que está ocurriendo, es decir, de síntesis.

El principal mecanismo instrumental que hace crecer la información es justamente la comunicación, es decir, la transmisión de la información de un lado a otro. La fuente son las ideas, producto del análisis o de la síntesis que "originan" información. De los dos puntos anteriores se deriva la curiosa, extraordinaria y quizás maravillosa propiedad, de la información, de que cuando se comparte crece.

Recorriendo la historia de la comunicación, veremos que el transporte emisor y receptor debía inicialmente aproximarse físicamente

uno al otro para poder comunicar la información. Los lenguajes predominantes fueron los sonidos, el habla, los gestos, las expresiones. Había que estar muy próximo para lograr una comunicación relativamente efectiva y eficaz.

El perfeccionamiento nos llevó del transporte físico del agente con su información, al transporte del mensaje en forma inerte. Esto origina las distintas formas de correo y el alejamiento físico de las personas. La secuencia, nos lleva a medios de comunicación como el telégrafo, los diarios y revistas, el libro, la radio, el cine, el teléfono, los computadores, el video, el fax, el correo electrónico, las redes computacionales, los diarios electrónicos y otros en desarrollo. Los medios menos eficaces o alicientes que van siendo superados por ese proceso evolutivo, nunca desaparecen, sólo cambian de rol y de nivel tecnológico, pero mantienen su esencia. Hablo de la evolución de canales, medios y lenguajes, no de técnicas.

### 1.3.- De la materia a la luz

En la evolución de medios y canales a través de los cuales la humanidad ha ido administrando su información, se percibe una clara tendencia. De las formas primarias de contacto o extrema cercanía al principio, al bit de hoy que es algo así como la unidad física de la información. Y este es aún un estado intermedio. Nos dirigimos a la transmisión directa de imágenes en tiempo real o simultáneo. Allí, el medio de comunicación será directamente la luz. Las fibras ópticas son una pequeña aproximación a las formas posibles de este medio que ya estamos

viendo nacer. Vamos hacia las imágenes con cada vez más contenido de luz, a un nivel donde el bit y el electrón ya serán como el papel del pasado.

### 1.4.- La lógica de la subjetividad se presenta en sociedad

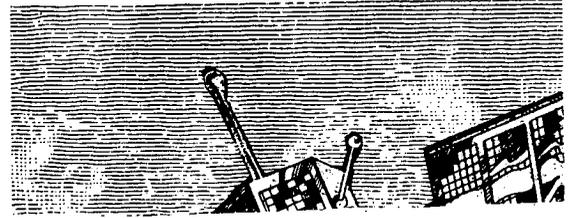
Si consideramos que la información y el conocimiento crecen de una manera que supera a la mente individual, entenderemos la paradoja de que a pesar de que cada uno de nosotros tiene cada vez más información en términos absolutos, tenemos cada vez menos en términos relativos. La información que manejamos es cada vez menos representativa de la real "realidad"; nuestras apreciaciones son, por lo tanto, cada vez más subjetivas.

El mecanicismo y racionalismo que se origina con Newton, es señal del pasado. La humanidad deberá aprender a utilizar y operar poco a poco con la "subjetividad" como lógica preponderante. La "objetividad" por la que tanto hemos sufrido, ya no tiene utilidad práctica en la nueva realidad. Debemos tener mucho cuidado en la manera que evaluamos este cambio. No es ni bueno ni malo en sí. Es más bien diferente. Es una nueva realidad.

Lo anterior, configura una sociedad diferente, una nueva era; una sociedad postindustrial o la nueva era de la información. En este nuevo orden de cosas, la intuición y la capacidad de síntesis que sustituyen, en predominio, a la razón y la capacidad de análisis. No es que estas últimas vayan a desaparecer. Al contrario, se siguen desarrollando, pero las otras van aún más rápido y, por ello mismo, se hacen predominantes. Las implicancias de todo esto superan probablemente a la misma capacidad de imaginación que hoy disponemos.

## II.- LA ERA DE LA INFORMACIÓN

Las tendencias, conceptos o variables anteriormente señaladas son muy complejas como para orientar con suficiente profundidad las reflexiones sobre las comunicaciones y el futuro. Para transmitir una sola idea central sobre las comunicaciones y el futuro, queda muy bien sintetizada por Arnold Brown: "...Tenemos la tendencia a subestimar un hecho muy significativo acerca de la nueva era de las comunicaciones: no es la



información como tal, sino el control de la información la real fuente de poder".<sup>1</sup>

Las tendencias anteriores, podemos analizarlas desde los siguientes puntos de vista:

### 2.1.- La creciente complejidad: un problema "informo-comunicacional"

Al fusionarse crecientemente la ecología con la economía, aumenta en forma exponencial la cantidad de regulaciones humanas en las que vivimos. El proceso que va desde la vida nómada, pasando por las tribus en dirección inevitable a la colonización del espacio nos ha alejado cada vez más de lo que tradicionalmente se consideró la naturaleza. Empezamos a vivir, más que sobre la tierra misma, a vivir entre auténticas capas y redes de información. Nos hemos ido transformando de navegantes de océanos a navegantes de la información.

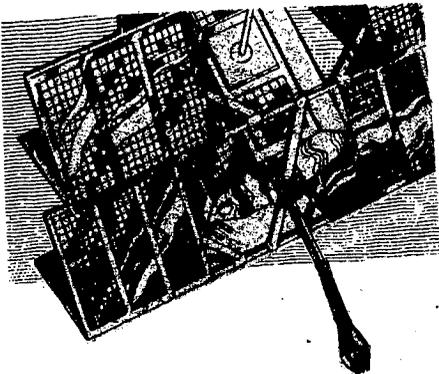
### 2.2.- La tercera revolución de instituciones y la organización

La organización permite transformar datos en información. Las personas, a su vez, pueden llegar a transformar información en sabiduría.

Hoy la inminente tercera revolución de las instituciones, es la nueva tecnología teleinformática. Las instituciones son demasiado lentas para la velocidad a la que crece la información. Esto generará, probablemente, un cambio trascendental en la organización (la tercera revolución), que es el paso de las pirámides a las redes. La clave para la nueva forma y estrategia de organización, entonces, es la forma de las comunicaciones y no la información jerarquizada como fue hasta aquí. En la estrategia de la comunicación está la base del control y de la dirección. Allí entonces está el poder.

### COMUNICACION

### 2.3.- Robots e inteligencia artificial





La convivencia con *robots* e inteligencia artificial es un dato que debemos, por un lado reconocer y aceptar, y por el otro entender o interpretar. Afecta a una de las variables centrales del proceso comunicacional como es el de la credibilidad. Variable ya señalada en relación a las lógicas de la subjetividad.

Como buen ejemplo del problema, trate de responderse sinceramente, a sí mismo, qué le significaría volar en un avión "piloteado" por una máquina. Pilotos seguirán habiendo, pero ya no se subirán a los aviones. Hoy hacemos cosas que a los ojos del pasado son riesgos inimaginables, o cosas inconcebibles. Es la inteligencia artificial en toda su evolución.

#### **2.4.- Del mundo hablado, al mundo de las imágenes**

Durante un largo trecho de la historia del hombre, éste construyó su realidad en base al conocimiento transmitido por la vía oral y directa. Después se codificaron los "lenguajes" en "idiomas" sistemáticos y el conocimiento de la realidad se empezó a escribir o a documentar. En otras palabras, se empezó a "almacenar" la experiencia humana -su conocimiento- fuera de su propia mente.

La realidad de los niños de hoy se basa en imágenes. Mis primeras imágenes del Africa, por poner un ejemplo, salieron de mapas, planos y de libros de aventuras. Los niños de hoy la "vivieron" por la televisión, el video, o en el cine. Venimos de un lejano mundo oral y vamos a un mundo crecientemente visual, imaginario, en el real sentido de la palabra.<sup>2</sup> Esa es la clave de las comunicaciones de hoy para llegar al futuro.

Sabemos que el desarrollo de la tecnología hará indistinguible, en pocos años más, una imagen creada

por un computador de otra "tomada" de la realidad. En un mundo de telecomunicación, ¿cómo sabemos qué es realmente real? El computador de hoy es el primer ladrillo de la auténtica máquina del tiempo.

### **III.- AHORA: EL DESAFÍO DE LAS COMUNICACIONES**

Las comunicaciones y la educación se han fusionado tal como la ecología y la economía o la ciencia y la tecnología. En ese marco entiendo las comunicaciones como el proceso de distribución y almacenamiento de la información de un sistema.

Queda en evidencia, entonces, que hay una línea directa de relación entre el desarrollo de un país y las comunicaciones, donde el pivote estratégico es nada menos que la educación. Personalmente creo que en un sistema (por ejemplo, una persona, una institución, o un país), su desarrollo depende de la densidad promedio de información que éste logre. Técnicamente, esta definición significa que existe una total correlación, de signo positivo, entre la calidad de vida de los integrantes del sistema (objetivo del desarrollo) y la densidad promedio de información de ese sistema.<sup>3</sup> Si lo anterior es efectivo, las políticas y acciones que se desprenden, representan un cambio radical en el modo de enfrentar la tarea del desarrollo.

El problema del tiempo es también un problema de información. La historia es un «ente» humano y por lo tanto está viva, junto al hombre. Igual cosa ocurre con el futuro. Ambos cambian con la información, según se la entiende y dispone en cada presente, que es un «ente» en permanente movimiento. No es el tiempo el que se mueve, es el presente donde procesamos la información del pasado y del futuro. En consecuencia, y aunque no lo crea, la civilización avanza simultáneamente hacia ambos lados a la vez. No es difícil aventurar, entonces, que la información es el primer paso de la "máquina" del tiempo y su primer gran engranaje: el computador.

Una reflexión muy audaz, pero muy posible, es que quizá el tiempo «real»<sup>4</sup> es el nuevo medio. Así como la luz es el medio latente que ahora circula, como mensaje, por el canal electrónico, quizá el tiempo real sea

el mensaje que circula por la luz, para evolucionar eventualmente como un medio en sí.

El proceso comunicacional tiene, como mínimo, los siguientes componentes estructurales: emisores y receptores,<sup>5</sup> datos-información-mensaje, medios-canales-sentidos, lenguaje, idioma, ruido-entropía, filtros de credibilidad (externos e internos), chequeo-control-retroalimentación. Es obvio, entonces, que este «proceso» está inevitablemente determinado por el conocimiento (ciencia) y la tecnología existentes en cada momento del tiempo.

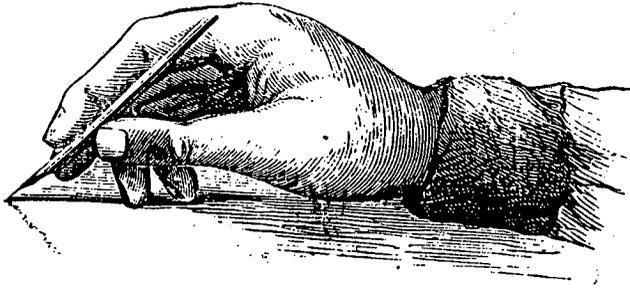
No es tan importante saber cómo funciona un *robot*, la superconductividad a temperatura ambiental, o un avión sin piloto a bordo. Hay que tratar de entender cómo se relacionan entre sí variables del tipo señalado: la realidad electrónica, el distanciamiento físico del emisor y receptor humano, el mundo de imágenes, la colonización espacial junto a la inteligencia artificial, la subjetividad como criterio de orden social y político, la complejidad, etc. Y que el método cartesiano tradicional de indagación sobre este problema no sirve más, es decir, tratar de entender (analizar) cada fenómeno por separado o separar en unidades más chicas hasta que sean «entendibles» por medio del conocimiento, para después reintegrarlos y entender el todo.

### **IV.- ALGUNAS IMPLICANCIAS PARA MEDITAR Y PARA ACTUAR**

#### **4.1.- En la educación**

Sin duda, a la par que las comunicaciones o los medios y todos sus





actores, el principal desafío está en la educación.

Lo primero que debemos entender es que almacenar datos es absolutamente irrelevante en la sociedad actual. Lo que interesa es aprender a manipularlos, saber encontrarlos y usarlos cuando se necesitan. Lo que debemos aprender, entonces, son los códigos de acceso. Ellos configuran el nuevo lenguaje global de la humanidad; un paso más al lenguaje universal.

Lo segundo, es que debemos acelerar el aprendizaje del manejo de imágenes y visiones. Capacidad que tenemos todos los seres humanos y en base a las cuales nos movemos a través del tiempo, la gran barrera que romperá el gran proceso de la era de la información que ya está en marcha.

#### 4.2.- A la economía

Entramos a la sociedad "rica" en información. El procesamiento de la información requiere inteligencia (que se manifiesta en el conocimiento). Por allí va el problema del valor económico del futuro. El único recurso real de una nación es su gente. Estamos entrando a una economía donde el principal consumo es información..

#### 4.3.- El desafío para las empresas

La "oficina del futuro" es un nuevo sistema comunicacional, no un problema tecnológico de eficiencia. El recurso estratégico del futuro son las ideas originales. Las más originales o valiosas en el futuro vendrán de la capacidad de síntesis de sus generadores. La organización piramidal se obsoleta aceleradamente. El liderazgo es una herramienta crucial en la dirección, pero se trata de liderar líderes, es decir potenciales.

La sobresaturación de información cambia la planificación estratégica por capacidad de "pensamiento estratégico" y, por lo tanto, una "cultura corporativa" es el límite real de la empresa. La clave, nuevamente, entonces, es la comunicación.

Desde el punto de vista de la nueva era, no existe más el concepto de "empresa privada". Todo es público, que no es lo mismo que estatal. Si todo es público, las comunicaciones, el manejo de *issues* y la política serán nuevas áreas típicas de toda empresa. Eso va mucho más allá que el concepto de *marketing*. Es construcción de la realidad.

Las empresas deberán también aprender el "nuevo lenguaje". Los mercados son cada vez menos lugares físicos, que es como partieron. Los mercados del futuro son, esencialmente, redes de información. Hay que saber navegar la complejidad de las redes de información para poder vender y comprar bien.

#### 4.4.- A los gobiernos

Todos los mensajes anteriores afectan a los gobiernos. Pero hay uno que no pueden obviar: el desarrollo, al parecer, depende de la densidad de información de la sociedad. Allí está la clave, a mi entender, para la política del desarrollo del futuro. Por lo tanto, es hora de dejar de ver la política comunicacional de un gobierno como un mero problema de propaganda.

#### 4.5.- Finalmente, el desafío a los medios de comunicación

A los medios de comunicación les corresponde asumir, quizás, uno de los mayores desafíos en que se pueda pensar. Estamos terminando una era en que buscábamos conocimiento y de hecho fuimos tremendamente exitosos: adquirimos mucho

más del que podemos manejar. Hoy, el desafío es encontrar el sentido. El nuevo gran paso es, entonces, la sabiduría en su real sentido. El desafío para los medios, que tienen esa tremenda responsabilidad histórica, es enorme:

Es imprescindible el desarrollo de nuevas tecnologías y estrategias de síntesis. La sociedad está sobresaturada de datos.

Hay que buscar entender profundamente del sentido general del proceso histórico -mundial- y definirlo como el principal mensaje a comunicar. También hay que enseñar las herramientas para vivir en una nueva realidad electrónica sobresaturada de datos.

La subjetividad lógica es un activo, no un pasivo. Esto nada tiene que ver con la distorsión, con arreglo a fines, de un mensaje.

La nueva realidad se basa 100 por ciento en imágenes y visualizaciones.

Hay que transmitir -enseñar- el nuevo lenguaje global de códigos a la sociedad. Tanto los medios mismos como esos códigos son parte esencial del proceso educativo de la nación.

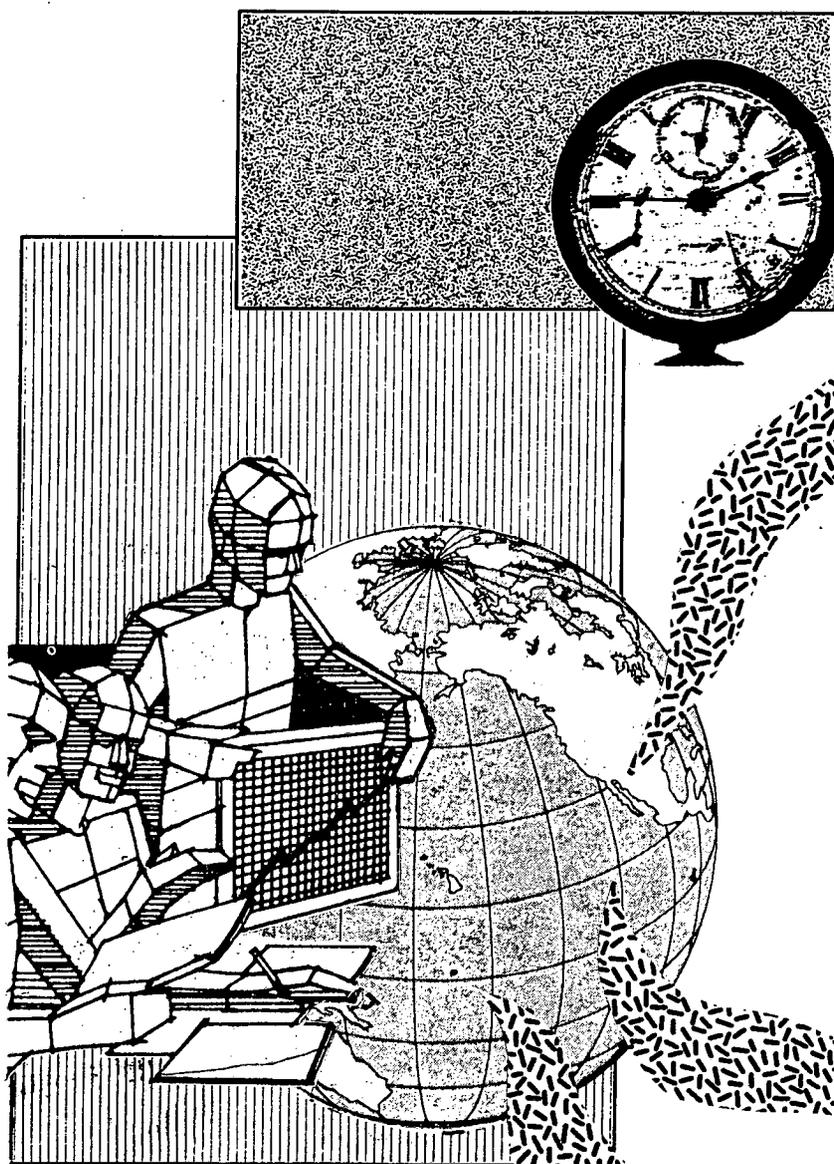
**No hay que olvidar que los medios de comunicación son la fuente de poder real más grande de la sociedad del futuro.**

#### NOTAS

- 1 Brown, Arnold. *Equipping Ourselves for the Communication Age*. En *Communications Tomorrow*. Editado por E. Cornish, World Future Society, 1982.
- 2 Es un tremendo error pensar que la sustitución del libro por las imágenes limita la imaginación. Muy por el contrario, la potencia, de tal manera que la eleva de dimensión. En cualquier caso, el "libro" como concepto o elemento del "lenguaje" no desaparece, sólo cambia su forma. Las máquinas le permitirán a los libros "hablar entre sí". Es decir, podemos hacer cruces de información que antes hacíamos mentalmente con la ayuda de las máquinas.
- 3 No quiero entrar aquí al análisis del problema de la causalidad que inquietará a más de alguien en relación a esta definición.
- 4 Para diferenciarlo del tiempo meramente cronológico, que es una medida de distancia y como tal no tiene problema en llevarse al código cero-uno, La "duración", la textura del tiempo real es otra cosa.
- 5 Dentro de emisores y receptores, al menos deben existir las capacidades: de ordenar (lo que implica conocimiento, y las acciones de síntesis y/o análisis) y de almacenamiento.

## La era electrónica y el desvalido en información: amenazas y oportunidades

Christopher Zielinski



Actualmente, se están peleando importantes batallas que finalmente decidirán cómo fluirá la información a través de todo el mundo. Los medios de información tradicionales y el medio electrónico serán afectados. Aspectos técnicos, legales y morales están involucrados, focalizándose tanto en áreas tradicionales, tal cual el derecho de copia y el precio de la información, como en nuevos aspectos de la tecnología.

### DERECHO DE COPIA

El derecho de copia es una mezcla de derechos relacionados entre sí, cada uno susceptible de aplicar a la propiedad intelectual. Estos incluyen patentes y marcas comerciales, y las aplicaciones de varias técnicas legales tales como la ley de contratos, cada uno de los cuales puede ser usado para asegurar protección legal a «los trabajos de la mente».

Este no es el lugar para desarrollar la historia sobre el derecho de copia. Debería anotarse, sin embargo, que los países en vías de desarrollo han expresado repetidamente sus preocupaciones sobre lo poco que le ofrece a ellos el sistema de derecho de copia. A menudo se ha señalado que no hay una motivación abrumadora para poner

tarifas a la propiedad intelectual si tú eres abrumadoramente un consumidor de esos materiales en lugar de un productor de ellos. "Los países con relativamente poca propiedad intelectual que proteger deben tener algo que mostrar para gastar recursos escasos en defender los intereses de empresas extranjeras..."

Históricamente, en la lucha por la equidad en la ley internacional del derecho de copia, lo que los países en vías de desarrollo han buscado es la renuncia a las restricciones del derecho de copia con respecto a trabajos "exclusivamente para la enseñanza, el estudio y la investigación en todos los campos de la educación". A los autores se les debía dar compensación conforme a "los estándares de pago dados a los autores nacionales". Se sostuvo que esto era una demanda excesiva, pero en 1971 las «Revisiones de París» de la Convención de Berna y la Convención del Derecho de Copia Universal fueron adoptadas, y esto atrajo un número suficiente de ratificaciones para entrar en vigor en 1974. Las Revisiones de París permitieron "un limitado sistema obligatorio de licencias para la traducción y reproducción de trabajos literarios, científicos y artísticos requerido por los países en vías de desarrollo".

Las Revisiones de París están aún en vigor, aunque ellas no han hecho mucho impacto (para el alivio general de los editores del mundo occidental). "No muchos países, sin embargo, se permiten la relajación en esta materia". Como lo señala Henry Chakava, las regulaciones que gobiernan la adquisición obligatoria son vagas y no bien entendidas, "y la mayoría de los editores africanos son ignorantes de ellas".

Más recientemente, la sección sobre Aspectos Relativos al Comercio de la Propiedad Intelectual (TRIPS) de la Ronda Uruguay del GATT arrastró a la propiedad intelectual (incluyendo el derecho de copia, las patentes y las marcas comerciales) dentro del sistema mundial de comercio. La represalia comercial automática sigue a las infracciones de acatamiento, y los primeros signos de esta actitud se han visto en eventos recientes en China y Japón.

El problema con la posición del GATT es que hasta ahora no hay

"Revisiones de París". Como lo señala Philip Aitbach: *Los productos de la mente son considerados como propiedad comercial, a ser comprada y vendida en el mercado. Pocos ven alguna diferencia entre los productos del conocimiento y cualquier otro producto. El GATT preserva la idea que aquellos que llevan al mercado productos del conocimiento deberían ser capaces de controlarlos completamente... Aquellos que controlan la distribución del conocimiento tratan por igual toda la propiedad intelectual, y son muy felices al negar el acceso a ella a cualquiera que no pueda pagar. Las estructuras legales establecidas para proteger la propiedad intelectual benefician a los propietarios. No hay consideración hacia el usuario. La actitud parece ser: si no paga no tiene acceso... (el GATT no hace provisión especial alguna para los países que dependen de productos del conocimiento generados por naciones industrializadas y que no pueden solventar el pago demandado por ellos). No hay provisiones adecuadas para asegurar que los países en vías de desarrollo puedan tener acceso a libros y otros productos del conocimiento.*

### PIRATERÍA

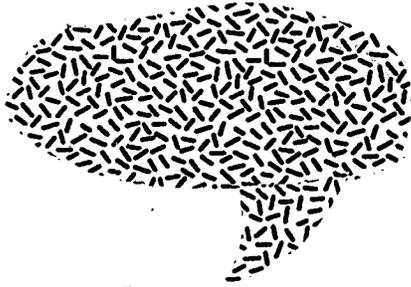
A través de los años, la ley del derecho de copia ha sido considerada "buena legislación" cuando se ha aplicado al medio impreso, proveyendo suficiente poder para sostener los litigios contra los ofensores y ofreciendo protección a los autores, a los editores y a otros con licencia para explotar esos trabajos. Sin embargo, tan pronto como la era electrónica levantó su cabeza con la introducción de los cassettes de audio y posteriormente de video (lo cual generó la industria casera de copiar las cintas de música y películas con derecho de copia), el marco legal existente quedó sujeto a la violación severa.

La era digital ha multiplicado estos problemas ya que el medio afectado es muchísimo mayor. Ahora, cualquier forma de expresión, sea creativa o no, puede ser almacenada digitalmente. El resultado es el potencial de piratas que producen sistemáticamente millones de copias de cualquier publicación electrónica,



sin los costosos gastos generales en edificios, personal, inventario o distribución, y que no requieren de ningún esfuerzo físico ni de otros costos. Nunca antes se pudo piratear tanto tan fácilmente.

Aunque la Asociación Internacional de Editores considera el término "piratería" demasiado asociado con la fanfarronería proveniente de películas y libros sobre piratas, la piratería es una respuesta tradicional del mercado ante productos costosos para los cuales hay sólo un pequeño mercado con un alto precio, pero que pueden ser reproducidos fácilmente y encontrarles un gran mercado a un precio bajo. Naturalmente los editores originales y (de alguna forma menos vehementemente) el autor original objetan la apropiación de su trabajo creativo (el autor) y del esfuerzo de valor agregado (el editor). Sin embargo, a pesar de la noción de algunos editores sobre el "concepto evidente de que robar información es tan malo como robar alimentos", el respeto por el derecho de copia



parece no ser una respuesta humana innata. Como un vendedor de este material lo reconoce, "Nadie recibió enseñanza desde su hogar para respetar la propiedad intelectual de otros, ni está recibiendo tal enseñanza ahora...".

Los editores son por definición propietarios con licencia del contenido sujeto a propiedad intelectual, el cual ellos pueden explotar inmediatamente, o al menos negociar con el autor tal explotación desde una posición favorable. Los editores por tanto están prestos a ganar lo más que sea posible de las nuevas tecnologías. Al mismo tiempo todos los editores deben estar muy preocupados por la seguridad. De partida, un CD-ROM puede ser copiado en un día, un disquete en un minuto y una información en-línea en microsegundos.

No sólo eso, sino que la misma facilidad con la cual uno puede encontrar información en el medio electrónico es un problema. Antes, se tenía que comprar (y leer) los

libros para encontrar la información requerida. Ahora, se puede escoger la información desde bases de datos por medio de búsquedas con palabras claves. El antiguo concepto, de mala gana aceptado, sobre el "buen uso" o la "exclusión" (interpretado de forma variada como fotocopiar una estrofa de un poema, un artículo de un diario, un capítulo de un libro, o citar un párrafo o dos de un texto), repentinamente se ha convertido en la amenazante grieta de una represa. Los usuarios pueden simplemente tomar los pequeños "bits" que ellos desean de una base de datos o de archivos de texto y descartar el resto, sin entregar pago alguno o compensación.

Los efectos de estas preocupaciones han derivado en restringir el flujo de información valiosa desde los editores tradicionales, especialmente a redes y también una parte a medios portátiles y copiables (disquetes, CD-ROMs), hasta que el esfuerzo para desarrollar técnicas de seguridad se haya emparejado con nuevas y viables metodologías de edición electrónica, que no sólo sean técnicamente viables sino que sean sanas en términos de la explotación del derecho de copia.

En el sistema de las Naciones Unidas, donde la disseminación es a menudo el primer objetivo de la edición, y donde la motivación del lucro puede ser de muy menor importancia, la piratería tiene un significado un tanto diferente.

Por supuesto, el asunto de la piratería electrónica no está restringido al campo económico. Las copadoras electrónicas pueden hacer bastante más que meramente reproducir información; ellas pueden también cambiarla anónimamente y retransmitirla. Los usuarios finales pueden estar inadvertidos de que el texto ha sido alterado, y tomarlo como el genuino producto del autor y del editor. Alteraciones que agreguen sesgos políticos, ofensivos o de otro tipo al contenido sería desastroso para gran parte del material generado por el sistema de las Naciones Unidas. Aquellos que cambian el sentido, tales como los hechos falsos que se introducen y los ciertos que se retiran, podrían derivar en confusión, pérdida de tiempo y de dinero, incluso de vida.

Alternativamente, el usuario subversivo puede fácilmente reclamar

autoría y buscar apropiarse de nombre y dinero por ese ítem. Estos son asuntos de clara preocupación para todos, y tienen que ser consignados, o al menos enfrentados, en la entrega de licencias por materiales con derecho de copia.

## ENCRIPCIÓN, SISTEMAS DE PROTECCIÓN Y EL DESVALIDO EN INFORMACIÓN

¿Cómo pueden estas materias legitimar las preocupaciones a ser consignadas? En la celebrada fórmula de Charles Clark de la Asociación Internacional de Editores, "la respuesta a la máquina está en la máquina". La encriptación (proceso de poner de forma críptica el contenido de la información) y otros sistemas que hacen imposible *accesar* información sin adquirir los derechos a verla (usualmente por acuerdo a pagar por ella), y que luego miden y dan cuenta de su uso, desafortunadamente parecen ser el futuro de los esquemas electrónicos de protección al derecho de copia.

Estos esquemas pueden ser descompuestos en diferentes categorías de acuerdo con sus ambiciones: [a] sistemas de *tagging* que intentan asociar un identificador a cada *bit* de información electrónica; [b] sistemas de *hashing*, en los cuales el documento es enviado de forma críptica pero contiene una firma digital, si el documento es provisto con tal interferencia, no será leído en los equipos de los usuarios; y [c] sistemas de encriptación total.

Ha habido varios experimentos que combinan la eliminación de permisos, la medición del uso, y la determinación de cobros por la utilización de material con derecho de copia (incluyendo productos de audio, de video, bases de datos, *software* para computadoras y publicaciones electrónicas).

Desde la perspectiva de la ley del derecho de copia, es probable que estos sistemas tengan un impacto drástico y rápido en las cláusulas de "exclusiones" y de "buen uso" que han sido de tanta ayuda al desvalido en información, incluyendo tales categorías como estudiantes, quienes tradicionalmente se han beneficiado de la habilidad para copiar textos impresos bajo estas categorías.

# Telecomunicaciones, cojeando del lado regulatorio

Victoria Cunningham

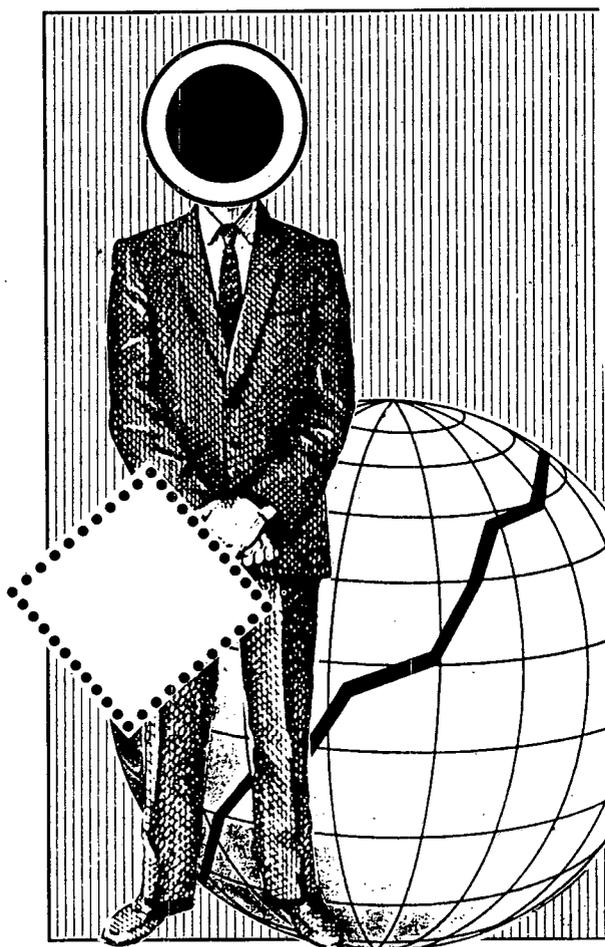
Los últimos cinco años en Venezuela han sido plenos de acontecimientos en términos sociales, políticos y empresariales. En la primera mitad de la década, durante el gobierno reformista de Carlos Andrés Pérez, se estaba preparando el escenario para la construcción de una Venezuela competitiva y dinámica para el nuevo milenio. Entre los sectores considerados vitales como base de ese país resalta el de las telecomunicaciones. El desarrollo se fundamenta en las telecomunicaciones, en 1990, este sector se hallaba en un estado lastimoso y atrasado. Se pusieron en marcha los mecanismos para crear un área de telecomunicaciones digno de una economía competitiva a nivel mundial. Pero lamentablemente, luego de un arranque vigoroso, los mecanismos se han trabado y el sector venezolano de las telecomunicaciones corre el riesgo de estancarse por la falta de un plan de desarrollo decisivo y bien ejecutado. La culpa y la responsabilidad de tomar medidas inmediatas recaen en Conatel, la entidad creada en 1992 para supervisar y regular el desarrollo del sector.

## LOS PRIMEROS VIENTOS DE CAMBIO

El primer plan maestro para desarrollar el sector de las telecomunicaciones fue iniciado por Roberto Smith, quien se desempeñó como ministro de Transporte y Comunicaciones desde 1990 hasta 1992, y fue proseguido por Fernando Martínez Mótola, quien supervisó el

primer paso de la privatización de la CANTV como presidente de la telefónica, después de lo cual, ocupó el lugar de Smith al timón del MTC. La principal prioridad fue reestructurar el sector de las telecomunicaciones. La privatización de la CANTV no fue sencillamente una transacción rentable para la nación; fue el primer paso hacia la construcción de un fuerte sector de telecomunicaciones que pudiera desempeñar un papel vital en el desarrollo del país. Los planes de reestructuración también incluían la creación de una entidad regulatoria y la apertura del sector a la competencia.

La privatización parcial de la CANTV efectivamente introdujo progresos sustanciales en las telecomunicaciones. En 1991 había sólo 1,5 millones de líneas telefónicas para los 23 millones de habitantes del país. Desde marzo de 1996, Venezuela cuenta con 2,7 millones de suscriptores del servicio de telefonía básica. La tecnología también ha mejorado, aunque sólo 30 por ciento de las líneas eran digitales en 1991, la cifra actual se ubica alrededor de 80 por ciento. Se han registrado algunos progresos claves en la apertura del sector a la competencia. Una segunda concesión de operación de telefonía celular impulsó el desarrollo de las comunicaciones celulares: la cantidad de suscriptores del servicio celular ha aumentado de aproximadamente 7.000 en 1991 a 450.000 actualmente. El sector también se ha abierto, entre otras cosas, a 55 proveedores de servicios de valor agregado y de redes privadas.



Cuando se dice que Venezuela posee un monopolio de telecomunicaciones, nada podría estar más alejado de la verdad. Únicamente la red de telefonía básica es lo que se halla bajo un monopolio hasta el año 2000. Desde los servicios de voz más sencillos hasta la televisión por suscripción, pasando por sistemas de localización de vehículos, Venezuela cuenta con 174 operadores autorizados de servicios de telecomunicaciones. Todos los nombres conocidos en EE.UU. (AT&T, Sprint, MCI, Bell South) ya están presentes en Venezuela de una u otra forma.

### QUEDÁNDOSE CORTOS

Es en el ente regulador donde el sector venezolano de telecomunicaciones se ha quedado corto. La raíz del problema fue que el Congreso se rehusó a aceptar la ley de telecomunicaciones que en su momento presentó el entonces titular del MTC, Martínez Mótola. El eje central de aquella ley era la creación de una entidad reguladora financiera y políticamente autónoma, con personal y bajo la dirección de técnicos calificados, cuyo papel habría de ser regular la competencia y regular también a la recientemente privatizada CANTV para proteger a los suscriptores contra abusos de su monopolio y para asegurar que sus nuevos propietarios se apegaran a los términos de su contrato. La no adopción de esta ley no fue propiciada por oposición a un cuerpo regulatorio autónomo, sino por la incapacidad del Congreso de decidir si la ley debería o no incluir también la regulación de los medios de comunicación.

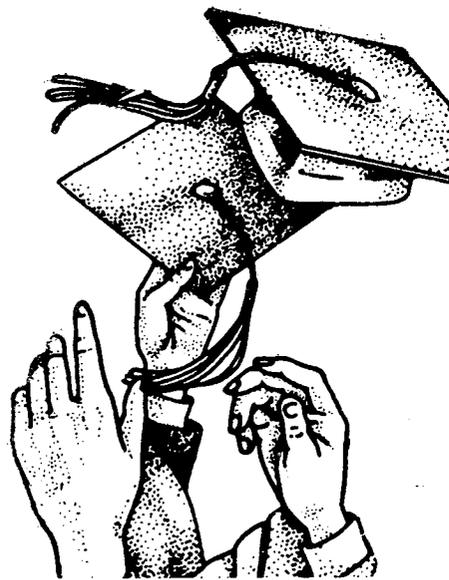
Aun así, fue posible crear un cuerpo regulatorio nominalmente independiente -Conatel- pero fue imposible protegerlo e impedir que se convirtiera en una herramienta política a ser blandida según los deseos del ministro de turno. Subsecuentemente, Conatel ha sido percibida simplemente como lo opuesto a lo que debía ser: una institución controlada por un ministerio, integrada por empleados designados por el ministerio que inevitablemente han de plegarse al deseo del despacho en todos los asuntos de políticas, tarifas, concesiones y similares. Por lo tanto, la eficacia de la institución se ha vuelto enteramente dependiente del

ministro de Transporte y Comunicaciones de turno.

Y otro tanto le ha ocurrido al ritmo del desarrollo del sector de telecomunicaciones. Los primeros años de Conatel, bajo Juan Mijares, constituyeron un comienzo digno de encomio; al segundo director general de Conatel, José Antonio Rodríguez, en general se le da el crédito de haber llevado a la entidad a un estado de completo desorden. El tercer director general, José Soriano, consiguió reparar parte del daño, pero a costa de deficiencias en algunas áreas. Por ejemplo, se dice que la burocracia que él introdujo para hacer que Conatel recuperara su buena forma de trabajo es inmanejable, lo que ocasiona demoras innecesarias en áreas tales como la aprobación de concesiones.

Soriano efectivamente consiguió armar un esquema de desarrollo, conocido como el plan trienal, en el cual se acometen las prioridades que él considera perentorias para el desarrollo del sector. Su plan fue ampliamente criticado por la industria por basarse en cálculos incorrectos de crecimiento del mercado y de la demanda. También el plan fue cuestionado por Conintel, la comisión de telecomunicaciones de Fedecámaras, de constituir un desincentivo para el ingreso de nuevos operadores y de no lograr tomar en cuenta el efecto de sustitución de la demanda de servicios existentes que podrían ocasionar los nuevos servicios. Y se trató de un plan de corto plazo, para llevar al sector hasta el nuevo milenio, pero que no logró ocuparse de lo que debería ofrecer la industria después de ese punto. Pero por encima de todo, el plan trienal no consiguió resolver el tema que se encuentra en la mente de la mayoría de los integrantes de la industria: el final del monopolio de la CANTV en el año 2000.

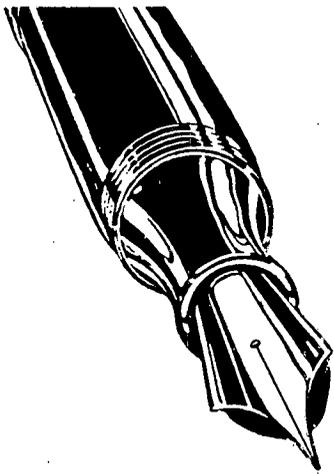
A fin de asegurar una transición ordenada cuando el monopolio sobre los servicios de telefonía básica finalizara en el año 2000, Conatel debe tener una visión clara de la apariencia que desea que tenga la industria para ese entonces. El temor de la industria es que no existan ni esa claridad ni ese plan maestro o, que de existir, Conatel se los esté guardando para sí. Los temas principales trascienden con mucho lo superficial, tal como



eliminar los subsidios cruzados entre las tarifas telefónicas nacionales e internacionales, lo cual está ocurriendo lentamente pero con seguridad. No se ha enviado un mensaje claro a los inversionistas potenciales de que vayan a estar en libertad de competir en el área de servicios básicos a partir del año 2000. No es suficiente que la CANTV pierda sus derechos de monopolio; se necesitan acciones concretas para definir cómo y cuándo se permitirá la competencia. ¿Vendrá la competencia a través de un número limitado de concesiones o podrá alguna empresa registrarse para competir? ¿Cómo serán manejadas y reguladas las tarifas de interconexión? ¿Cuándo se aflojará el estricto control sobre las tarifas?

### GOBERNAR O SUPERVISAR

La industria claramente siente que Conatel no está haciendo su trabajo. Según un ejecutivo de la industria, su papel debería ser asegurar la igualdad en el campo de juego antes de la liberación de los servicios básicos y para permitir una competencia leal y un fácil acceso al mercado. Y agrega que "el objetivo de Conatel debería ser el mejoramiento de la competencia y una absoluta desregulación".



permitir una desregulación gradual del sector, pero que le corresponde a Conatel desarrollar un "sector fuerte y saludable" para facilitar la desregulación.

En cuanto al control de los precios de los servicios, las tarifas pueden ser liberadas para ser limitadas por bandas, tal como ocurre de manera análoga con el mercado de las telecomunicaciones celulares. Pero no se debería dejar que el mercado determine las tarifas sin límites, hasta que haya suficiente competencia que el mercado efectivamente fije sus propios límites. Mientras cuente con un monopolio, los precios de la CANTV deben ser estrictamente regulados. Conatel debe asegurar que se cumpla con el acuerdo de vincular los aumentos de tarifas con la inflación y, más importante, para que se continúen reequilibrando las tarifas nacionales e internacionales a fin de reducir los subsidios cruzados antes de la liberalización en el año 2000.

La desregulación no significa que no siga habiendo un papel para una entidad regulatoria. Hasta en los mercados más sofisticados, la libre competencia no garantiza una eficiencia perfecta del mercado. Por ejemplo, en EE.UU., las regulaciones todavía requieren que los proveedores de servicios telefónicos de larga distancia (el sector que genera las más jugosas ganancias) deposite una parte de sus ganancias en un fondo que se utiliza para subsidiar los servicios locales.

En Colombia, la entidad regulatoria tiene un papel arbitral. Los cargos por interconexión pueden figurar entre los aspectos más costosos de entrar en un nuevo mercado. En Colombia, los nuevos participantes deben negociar con sus propios cargos de interconexión, pero la entidad regulatoria está presente como árbitro de última instancia si las partes no consiguen llegar a un acuerdo.

En el largo plazo debería desarrollarse un mercado abierto hasta el punto en que efectivamente pudiera autorregularse. La competencia libre de precios, barreras bajas a la entrada de nuevos participantes y bajos costos de cambio de un proveedor a otro obligan a los participantes que no compiten de manera eficiente a salirse del mercado. Sin embargo, consultores internacionales de telecomunicaciones dicen que el merca-

do a menudo necesita mayor regulación en las etapas de transición. Ello con el objeto de que se puedan crear condiciones de igualdad para todos los competidores y que los ya establecidos no tengan una ventaja desleal sobre los nuevos participantes a los que se está alentando a invertir.

## ¿HACIA DÓNDE VAMOS A PARTIR DE AQUÍ?

Aunque el plan trienal de Soriano recibió muchas críticas, sí bosquejó y programó avances que podrían mejorar la situación tecnológica del sector venezolano de telecomunicaciones y mejorar la competencia. El plan nunca llegó a recibir la aprobación a nivel del Ejecutivo y por ello, incluso si el nuevo jefe de Conatel, el Gral. (R) José Avilés Naero decidiera adoptarlo, el objetivo de lograr esos avances para el año 2000 ahora es poco realista.

Las áreas marcadas por Soriano como las prioridades perentorias en el desarrollo del sistema de telecomunicaciones son:

- Desarrollar nuevos servicios de telecomunicaciones
- Garantizar el lanzamiento del sistema satelital Bolívar
- Aprobar una nueva ley de telecomunicaciones
- Elaborar un programa para desarrollar recursos humanos (ya ha comenzado el trabajo para desarrollar programas orientados hacia este objetivo, en conjunto con la Universidad Simón Bolívar).

La principal prioridad en los nuevos servicios, desde el punto de vista de Soriano, es la creación de una red de telecomunicaciones rurales. La oportunidad de instalar este sistema sería ofrecida al sector privado por la vía de concesiones. Soriano concibió un plan para dividir al país entre dos a cuatro regiones en las que el operador estaría obligado a funcionar en algunas áreas remotas. Según los cálculos de Conatel, la demanda se ubicaría entre 100.000 y 200.000 líneas (dependiendo de las tarifas) en 18.000 pueblos pequeños con poblaciones inferiores a 5.000 habitantes, además de algunos pueblos mayores y ciudades que carecen de equipos de redes básicas. El operador tendría el derecho de ampliarse más allá de los servicios bá-

El alcance de la regulación en el sector de las telecomunicaciones es un asunto espinoso. Una desregulación absoluta no es realista ni siquiera en el mediano plazo. Al mismo tiempo, regular por el placer de regular puede afectar negativamente el ritmo del desarrollo. La prestación de servicios de valor agregado y de redes privadas son las áreas que generalmente se identifican como aquellas en las que las concesiones y las licencias se hacen innecesarias. Con toda seguridad, los consumidores pueden tomar sus propias decisiones y, en un libre mercado, la competencia en costos y servicios se encargará de eliminar a los participantes de peor calidad. Algunos de ellos llegan incluso a decir que más allá del año 2000, no habrá necesidad de continuar regulando los servicios básicos de telefonía (aunque el uso del espectro de frecuencias de radio aún requerirá de cierta gestión) y, una vez más, un libre mercado debería autorregularse. La base de esto es que el mercado sea lo suficientemente sofisticado y que el acceso de nuevos participantes al mismo sea lo suficientemente fácil para que los costos de cambio de un proveedor a otro sean bajos o inexistentes, con lo que se promovería la competencia de libre mercado.

Soriano, hablando después de su salida de Conatel, defiende la necesidad de regular el mercado y sus proveedores a fin de mantener fuera a los aventureros y preservar la limpieza del mercado. El considera que un marco regulatorio saludable armonizará el desarrollo del sector. Sin embargo, considera que el gobierno tiene una responsabilidad de

sicos de telefonía e incursionar en los servicios de buscapersonas, líneas troncales, redes privadas, servicios de valor agregado y transporte de señales de radio y televisión. Dado que es probable que la aplicación del servicio básico sea costosa, el proveedor podría distribuir el costo ofreciendo los servicios subsidiarios.

El siguiente punto en el plan de Soriano era transformar a INMAR-SAT, un sistema de satélites marítimos, en un sistema mundial de satélites. Luego viene el desarrollo de servicios satelitales para usuarios finales tales como comunicaciones directas de televisión y comunicaciones móviles para permitir la clase de movilidad de telecomunicaciones necesaria para desarrollar otra área prioritaria y los servicios de comunicaciones personales (SCP), es decir, la transmisión móvil de voz, fax y datos.

El proyecto satelital Bolívar es clave. Garantizaría que la región cuente con suficiente capacidad para transportar sus propias transmisiones de telecomunicaciones y promover la causa de la integración regional, al tiempo que se abrirían oportunidades para trabajar en el desarrollo de una red satelital hemisférica. El proceso comenzó como una iniciativa de los gobiernos regionales, pero fue trasladada al sector privado a finales del año pasado. Ahora este programa está siendo gestionado por EMPSAT (Empresa Multinacional Satelital Andina), un consorcio de 77 empresas principalmente del sector privado, diez de las cuales son venezolanas (encabezadas por Impsat y entre las cuales se cuentan Telcel, CANTV y PDVSA).

La lógica de Soriano era que la apertura del sector asegure que Venezuela no se quede rezagada en el desarrollo de las telecomunicaciones mundiales. El subraya que hay muchos lugares en los que los inversionistas extranjeros pueden colocar su dinero, de manera que perder impulso ahora significaría que ese dinero se iría a otra parte, dificultando aún más la recuperación del terreno perdido. Su punto es válido y sus temores los comparte la industria. Sin embargo, un plan según los lineamientos planteados por Soriano parece orientado únicamente a proporcionar oportunidades de inversión sin hacer algo por crear un mejor

ambiente para tal inversión. La industria argumenta que no se puede esperar que los inversionistas entren a participar en un mercado altamente regulado sin otra cosa que una pista por parte de las autoridades de que planean aflojar las regulaciones y permitir la libre competencia.

## PROGRESO GRACIAS A LA EXPERIENCIA

Desde 1991 se ha logrado una buena medida de progreso en cuanto a la apertura del sector a la competencia. Pero la mayor oportunidad de competencia que beneficiará al país radica en la apertura del sector de servicios telefónicos básicos. Estos temas deben ser acometidos ya, y existe una oferta abundante de experiencia y talento disponible para ayudar a Conatel a planificar de manera coherente para el futuro. La industria -que incluye a personas de la talla de Roberto Smith, quien como ex titular del MTC ayudó en la creación de Conatel- argumenta que no basta simplemente con formular y desarrollar planes aisladamente. Si el MTC insiste en poner a Conatel en las manos de funcionarios designados políticamente y no en las de quienes conocen la industria, al menos debería habituarse a consultar a los especialistas -la industria, los analistas y los académicos- para darle sustancia y calidad a las discusiones políticas. Pedro Maisonnave, director de Vte, una agencia consultora de telecomunicaciones, sugiere que Conatel prepare una junta asesora de telecomunicaciones integrada por gente de la industria. Aunque existen asociaciones y cámaras industriales, por lo general no se recurre a su experiencia durante los procesos de planificación de políticas.

Una entidad asesora al menos ayudaría a darle cierta continuidad a la planificación de políticas. La politización de Conatel significa que hasta el presente, los planes se engavetan con la misma rapidez con la que un cambio de ministro introduce un cambio de gerencia en Conatel, sólo para regresar una vez más al principio con la gerencia entrante. Sin continuidad y autonomía en Conatel, un plan racional que pueda sobrevivir el mandato del más reciente titular del MTC, luce poco menos que un sueño.



## HORA DE CAMBIOS

El peso de introducir cambios recae ahora sobre los hombros del Gral. José Avilés Naero, quien fue designado por el titular del MTC, Moisés Orozco Graterol, para dirigir Conatel. Apenas con un par de meses en el cargo, ha mantenido un perfil bajo hasta ahora, al parecer dándose tiempo para asimilar información y ajustarse a un sector en el que tiene poca experiencia. Poder dar una idea aproximada de hacia dónde se encamina Conatel bajo la nueva gerencia sería la medida de la prontitud con la que se podrían esperar progresos en las telecomunicaciones y en el entorno regulatorio. Conatel parece estar agobiado por la burocracia, cosa que no sólo impidió que VenEconomía conversara con el Gral. Avilés, sino peor aún, dicha burocracia presagia lentitud para el proceso de avance.

Las telecomunicaciones en todo el mundo se han venido abriendo a la libre competencia, lo que le ha dado a los participantes en el área mundial de las telecomunicaciones muchas posibilidades para asignar sus presupuestos de inversión. A menos que Venezuela aclare la naturaleza y marco temporal de las oportunidades que planea ofrecer así como de las regulaciones que las regirán, la nación se arriesga a quedar a la zaga de la fila de países a la espera de dólares de inversión y de conocimientos técnicos que pueden traer las compañías extranjeras de telecomunicaciones.

\* Texto tomado de la revista *VenEconomía Mensual*. Septiembre de 1996.

## Los medios de comunicación ante las nuevas transformaciones

Jesús María Aguirre

### A. PERSPECTIVA GLOBAL

Consideraremos algunas variables tecnológicas y económicas, que se imponen en el contexto mundial, para exponer a continuación algunos planes estratégicos y/o los acomodos reactivos de nuestro país. Para la descripción de las tendencias globales hemos tenido en cuenta los informes anuales de FUNDESCO sobre tendencias, y para el caso de Venezuela hemos recurrido a diversas fuentes según la pertinencia de los mismos (CONATEL, CONINTEL, MTC, IVP, MICROSOFT, etc.), así como a las revistas especializadas en el campo de la comunicación.

### LOS CONTEXTOS PREVISIBLES

1. En lo que respecta a las tecnologías de la información y comunicación, los expertos prevén en los próximos cinco años una multiplicación por diez del mercado mundial. Las tecnologías de la información más las telecomunicaciones representan en conjunto, para el comercio mundial, un volumen de transacciones comparable a la gran negociación mundial de la Ronda Uruguay (Acuerdo General sobre Aranceles y Comercio -GATT-). Los 127 países, miembros de la Organización Mundial de Comercio -OMEC- están ya tratando de liberalizar el sector para el año 2.000. El promedio de expansión en Latinoamérica será superior al promedio mundial y latinoamericano, particularmente en México, Argentina, Brasil y Venezuela.

2. A la vista de la movilidad y flexibilidad del fax, vídeo, telefonía móvil o satélites de televisión de difusión directa el proteccionismo cultural está llamado a fracasar tanto en la Unión Europea como en Asia. La participación de Latinoamérica y Venezuela en el sistema de DirectTV y próximamente Sky a través de sus empresas televisivas favorecerá la integración comunicacional de la región, siguiendo la lógica de los mercados más que de los Estados-Nación, trabados en sus negociaciones. El proyecto DirecTv, que actualmente mantiene sus servicios a través del satélite Galaxy IIIIR, lanzará en 1997 el nuevo satélite Galaxy VIII-I, que proveerá 32 transpondedores, con capacidad para ofrecer hasta 238 canales. Su público potencial es de 30 millones. PanAm-Sat entrará también próximamente en competencia. Por su parte el Comité Andino de Autoridades de Telecomunicaciones estudia la puesta en órbita del satélite Simón Bolívar para los países de la región.

3. Teniendo en cuenta el desplazamiento del «hardware» al «software», los mercados de telecomunicación en crecimiento están más bien en manos de Estados Unidos que de Japón. Latinoamérica y Venezuela se acomodarán a las normas tecnológicas norteamericanas y a la lógica hemisférica del Tratado de Libre Comercio.

4. Con la tendencia continua, mundial y dominante en el sistema de medios y las industrias culturales hacia la internacionalización, privatización, comercialización, desregulación, concentración periodística

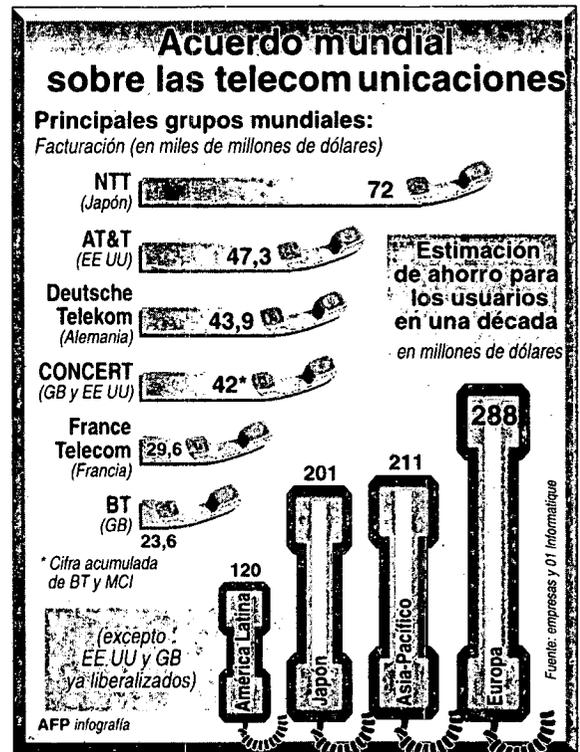


Gráfico 1

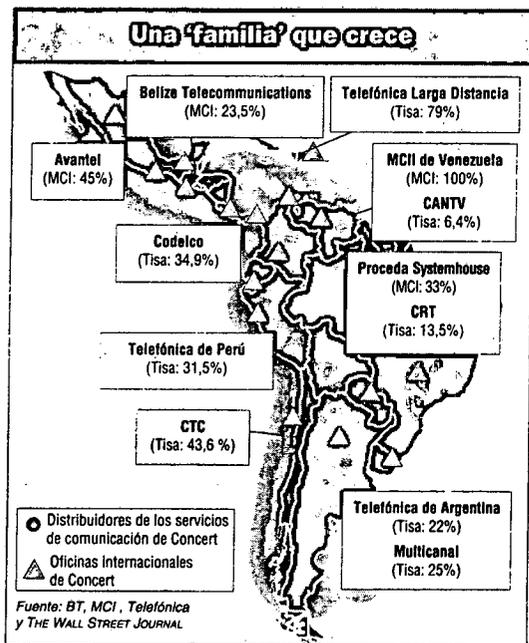


Gráfico 2

y económica así como alianzas multimedia, se han debilitado significativamente los contrapoderes para un orden más justo y al mismo tiempo libre de la información. La capacidad de los Estados-Nación para integrar culturalmente al país irá decreciendo y la subsistencia de las empresas nacionales de comunicación dependerá de su asociación con grupos internacionales.

5. Si bien es necesaria una participación creciente en la producción de medios, especialmente para la mayoría de los ciudadanos del Tercer Mundo que no tengan acceso alguno al sistema de comunicación, es poco probable que esta iniciativa tenga repercusión en el seno de la UNESCO y de los organismos multinacionales, dada la prevalencia de los criterios de libre flujo, que fomentan los gobiernos de los países desarrollados y que favorecen a sus empresas transnacionales.

Las marchas y contramarchas del Plan Trienal, preparado por el sector gubernamental de CONATEL, que ha tenido tres directores en dos años y es cuestionado por el sector privado, son indicio de que terminarán predominando las tendencias impuestas por el mercado y el sector privado. El Consejo Nacional de Informática, Telecomunicaciones y Electrónica, organismo privado, solicitó al Gobierno en 1996 la ejecución a diez años de un Plan Maestro de Desarrollo del Sector Telemático. Este plan debería considerar:

- Fin del período de concurrencia limitada de CANTV.
- Variables económicas reales y ajustadas a los hechos.
- Incorporación de nuevos servicios.
- Crecimiento de los servicios existentes considerando la sustitución de los mismos.
- Estímulo a la competencia a nivel global, ajustando los impuestos a servicios foráneos, así como los locales a tasas internacionales.
- Reducción de controles y estímulo a la competencia.
- Participación de los concesionarios en los procesos de los nuevos servicios.
- Normas de libre acceso a los servicios.
- Plan de administración del espectro radioeléctrico.
- Incentivos para la industria electrónica local.
- Sinceración de las tarifas y eliminación de los subsidios creados.

La CANTV, con el impulso de GTE, uno de los propietarios, tiene planeado llegar a 2.500 kilómetros de cableado de fibra óptica para comienzos del año 2.000 con el objeto de digitalizar hasta un 80 por ciento de las líneas telefónicas. También con la firma del acuerdo de la CANTV con Infonet Services Corporation se pretende multiplicar la capacidad de los servicios agregados. Su entrada en los servicios de televisión por cable es ya un hecho.

## LA PERSPECTIVA DE LOS USUARIOS

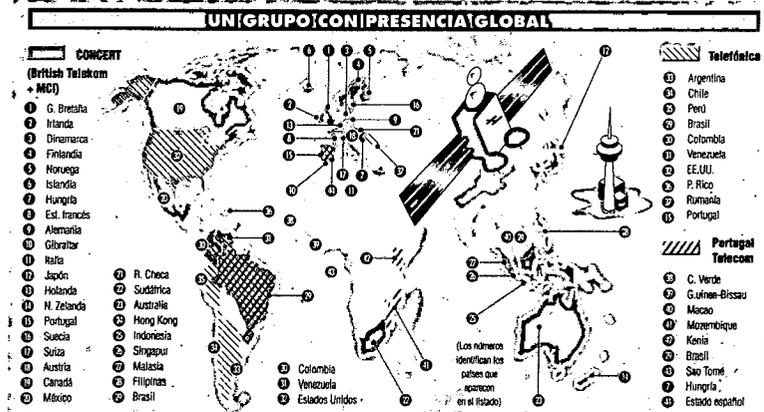
1. En el ámbito de los medios, las

investigaciones sobre las audiencias están cada vez más inspiradas por las perspectivas etnográficas, hasta el punto que se han convertido en uno de los ejes más frecuentes de la investigación sobre los medios en todo el mundo. La multiplicación de opciones programática y la segmentación del mercado ha obligado a darle mayor relevancia a los usos y expectativas del usuario.

2. Un factor que ha facilitado la rehabilitación del usuario ha sido la caída del "Estado Providencia", y el papel compensatorio que intenta asumir la sociedad civil: un movimiento de fondo que pone en tela de juicio la legitimidad de los "macro-sujetos". Sin embargo, en Venezuela, apenas contamos con asociaciones capaces de incidir aún en las empresas de los medios, que imponen la ley de la competencia mercantil, prácticamente sin restricciones.

3. El primer elemento de un nuevo espíritu de los tiempos es el abandono, por una gran parte de la clase intelectual, de una posición crítica con respecto a los "media" y, de una manera más general, con respecto a las utopías del cambio social. Frente a las ilusiones de las transformaciones totales, hay una reconsideración de las implicaciones positivas de los medios y de la singularidad de los microprocesos.

4. Otro elemento del contexto que preside la consagración de la importancia del momento de la recepción es que el campo del consumo y del individuo-consumidor ocupan un lugar central en la legitimación de la concepción neoliberal de la sociedad. Ahora bien este espejismo atomístico

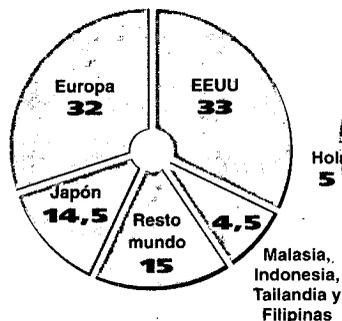


## Telefónica, BT y MCI firman una alianza global

Gráfico 3

## INFORMACION Y TELECOMUNICACIONES

Mercado mundial



Mercado europeo

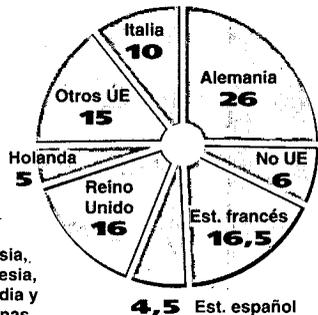


Gráfico 4

de la libertad individual en el mercado libre no es menos nefasta que la concepción totalitaria, cuando disuelve los vínculos de solidaridad comunitaria y ciudadana, necesarios para la construcción social.

5. La racionalidad cibernética contemporánea moviliza la conciencia en función de los imperativos de gestión, no sólo de la producción, sino también del consumo. De esta manera se origina un proceso de socialización por el cliente, que requiere capacidades mayores de comunicación por parte de las empresas.

La situación anómica, en que está postrada Venezuela, la convierte en un blanco fácil para las empresas transnacionales, ávidas de ampliar mercados con una rápida retorno de las inversiones con la intensificación del consumo en las clases más altas con mayor poder adquisitivo. También la composición multicultural de Caracas, que impone los patrones dominantes de consumo, favorece la asimilación de múltiples corrientes en lo que respecta a estilo de vida, modas, usos y expectativas sociales. En este sentido son previsibles:

- Una mayor influencia de los patrones norteamericanos de consumo.
- La estratificación más diferenciada entre los consumidores.
- Un abismo cultural entre infopobres e info-ricos en recursos de saber.
- La disolución creciente de las representaciones identitarias del país.
- El debilitamiento de la noción de soberanía nacional.
- Un auge del bilingüismo castellano-inglés.

g) Un mayor sentido de pertenencia latinoamericana y/o americana.

Sin embargo hay que destacar que si bien los usuarios están impresionados con las novedades, los proveedores crecen más rápido que la demanda.

### MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y TRANSFORMACIONES SOCIALES

1. Las tecnologías multimedia se habrán incorporado a la vida cotidiana cuando las familias se sirvan de ellas en las actividades relacionadas con el trabajo, la formación y la cultura, los usos privados de la información y el acceso a la información pública. En Venezuela este proceso no envolverá más allá de un diez por ciento de las familias, que están en capacidad de adquirir computadores.

2. La retirada de las prácticas comunicativas hacia el hogar, siendo ya tan espectacular, es sólo el inicio de lo que cabe esperar en el futuro. Una parte importante de la población va a ocuparse, desde su domicilio, en trabajar operando con información.

3. Estamos sólo en el inicio de una tendencia que parece orientarse hacia el procesamiento y el consumo de información en condiciones de aislamiento físico y emocional. Seguramente, en un futuro próximo, este hecho constituya un problema social de dimensiones considerables. Aún están poco analizados los posibles efectos perversos, como el del aislamiento y las posibles contra-reacciones hacia lo público.

4. Las tecnologías interactivas —al menos a corto plazo—, van a aumentar la marginación comunicativa de algunos sectores de la población. Las diferencias en la tenencia de equipos y en el adiestramiento marcarán una fuerte división de la población entre info-ricos e infopobres.

5. Todo parece indicar que en el futuro los mismos aparatos y las mismas competencias que sean necesarias para utilizar la información con fines de información o esparcimiento son las que se van a requerir para el empleo formativo y el uso profesional de la información.

Venezuela es uno de los países que están en entredicho por el volumen de acción de los piratas informáticos y comunicacionales con el riesgo de ser sancionada. De ahí que se incrementarán los problemas relativos al control de la red mundial de las telecomunicaciones y de la producción multimedia. Se requerirán avances en la legislación concerniente sobre todo a los derechos de autor, privacidad, y pornografía, a medida que se incrementen las acciones de divulgación de hechos privados, la promoción de grupos terroristas, la difusión abierta de programas perversivos.

### LOS MEDIOS Y LA CIUDAD GLOBAL

1. El perfeccionamiento y la desmilitarización de los satélites de comunicaciones han posibilitado la creación de unos primeros cimientos para una nueva forma de interacción social que bien pudiera confluir en la generación de una ciudad global.

2. La resolución equilibrada de los conflictos latentes que se derivan de la gran pluralidad lingüística, cultural y económica de los diversos países del globo ha de ser un objetivo no menos importante que la construcción de las autopistas digitalizadas.

3. Puesto que las conexiones no dependen de la distancia física a la que estemos situados, lo esencial del proceso de cambio al que asistimos es la desterritorialización o, si se prefiere, la deslocalización geográfica. El rasgo más distintivo de los fenómenos de globalización estriba en la acción social a distancia.

4. La expansión de Telépolis será

progresiva, tanto por lo que respecta a su extensión por la superficie terrestre como por el desarrollo pleno de sus posibilidades en todos los ámbitos de interacción social.

5. Las transformaciones que se están produciendo, aun siendo tecnológicas en su origen, adquieren un significado muy distinto cuando las pensamos como otros tantos pasos para construir una ciudad global que, sin destruir las ciudades actuales, se superponga a ellas y permita una interacción entre los seres humanos independientemente de donde habiten.

## B. PERSPECTIVA SECTORIAL DE LOS MEDIOS

Aunque muchos de los subsistemas tradicionales de comunicación entrarán en una fase de reconversión tecnológica y de redefinición de las fronteras, por razones de claridad conceptual hemos dividido esta sección de acuerdo a la sectorización que aún predomina en las industrias culturales. Sin embargo, como se verá, en cada apartado se pueden vislumbrar las rupturas y recomposiciones de los medios.

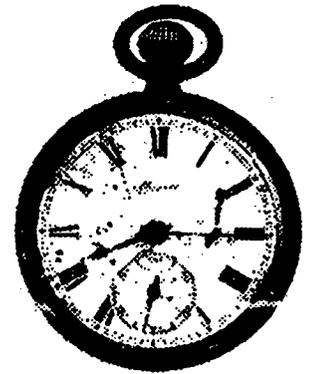
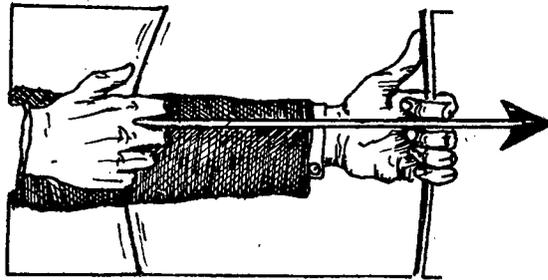
### PRENSA

1. Dar por sentado que los servicios de acceso personalizado a la información, o la televisión interactiva, llegarán a sustituir algún día a los periódicos editados y preparados por periodistas profesionales, es confundir sus papeles, claramente diferenciados. También los nuevos medios requerirán de expertos para intermediar entre la masa de informaciones que crece exponencialmente y el interés selectivo de los usuarios, condicionados por los costes de oportunidad y los umbrales de recepción.

2. Los medios impresos digitales, con potencial para mezclar la palabra escrita y las imágenes fijas con fragmentos de vídeo y con sonido, comenzarán a transformar y a mejorar los tradicionales periódicos impresos en tinta sobre papel, y con ello también nuestras ideas sobre la edición y la comunicación de masas.

3. Para que los periódicos y revistas puedan tener éxito en su forma digital, se necesitarán tecnologías totalmente distintas de las implícitas en los monitorres convencionales basados en el vídeo.

4. Para la mayoría de los editores



de periódicos, revistas y otros productos impresos de carácter efímero, la mayor rentabilidad y las superiores cualidades de la tinta digital y del papel de silicio harán finalmente irresistible la conversión total de esta forma de edición.

5. Resulta cada vez más evidente que la profesión periodística podrá ser realizada solamente por quien esté en condiciones de utilizar y gestionar los nuevos sistemas de trabajo y dominar los nuevos lenguajes informativos.

6. Aunque los cambios en el medio ocurrirán probablemente mucho más rápidamente de lo que podemos imaginar, los jóvenes de hoy estarán más familiarizados con los sistemas multimedia que con cualquier otro tipo de medio de información, y serán la audiencia a la que mayoritariamente se deberán dirigir los medios de comunicación del mañana.

La proliferación de sistemas de información —periodística o de 'data'— obligará a definir los perfiles profesionales de quienes laboran en los nuevos servicios, ya establecidos como NotiExpress, el Nacional on-line, Línea N, el Universal on-line, Etheron, Compuserve, etc. Surgirán nuevos híbridos profesionales entre el periodismo y la documentación, entre el diseño de páginas electrónicas y el periodismo, la edición electrónica y la producción multimedia, resquebrajando aún más las líneas tradicionales del periodismo impreso.

La tendencia creciente a la elaboración de "periódicos a la carta" por vía electrónica y sin necesidad de papel, ni de cd-rom, obligará a la creación de nuevos equipos de pro-

ducción interprofesional, en que se disolverán las fronteras de los medios tradicionales, para la confección de "periódicos audiovisuales personales". El posible gasto de papel quedará progresivamente en manos de los lectores, interesados o no en imprimir las informaciones.

### RADIO

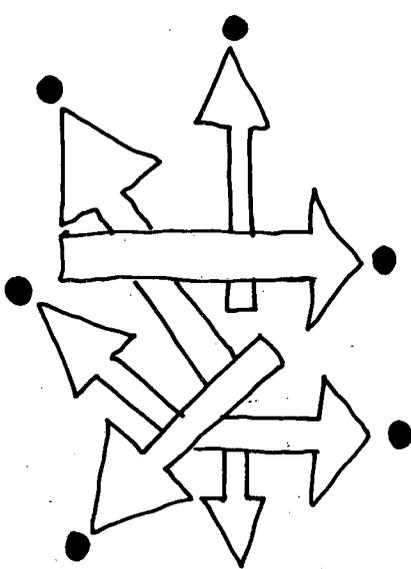
1. Aunque el oyente no percibe de manera directa la introducción de las nuevas técnicas en la producción, el que los radiodifusores puedan reducir sus costes permite dedicar parte de este ahorro a una mejor calidad en los contenidos de los programas y a un fortalecimiento económico de las empresas.

2. La automatización de las emisiones, excepto en los programas en directo, y la continua digitalización hacia un formato que permita la radio digital sin pasar por estados analógicos intermedios será la tendencia de los próximos años en los medios de producción.

3. En el plazo de dos o tres años redactores y programadores podrán manejar textos y sonido desde su puesto de trabajo accediendo a los archivos sonoros a través de redes informáticas.

4. La irrupción de más emisoras municipales y la extensión de la cobertura a las carreteras con la implantación definitiva del sistema RDS (Radio Data System) se percibe como la tendencia de la Frecuencia Modulada a corto plazo.

5. En el futuro inmediato se continuará con las pruebas y ensayos de la radio digital y es de esperar que,



dada la firme decisión de los organismos e instituciones europeas en impulsarla, se le asignará un lugar en el espectro radioeléctrico y las redes terrenas comenzarán a implantarse.

En Venezuela la caída de la publicidad radiofónica ha obligado a reducciones abruptas de personal, que en parte ha sido suplantado por la vía de la automatización de la programación. A diferencia del pasado, en que la promoción disquera solventó el abaratamiento de los costos hoy la exigencia progresiva del pago de los derechos de autor por parte de SACVEN y la revitalización de la radio hablada, obliga a la incorporación de otras estrategias como la incorporación creciente de los servicios institucionalizados y la transmisión de servicios internacionales bajo régimen de cooperación en red (SOLAR, CNN...) o de simple suscripción (BBC, R.FRANCE, NEDERLAND, etc.).

Ante la crisis de una radio informativa con vocación de totalidad se harán perentorias las búsquedas de nuevas fórmulas, sobre todo de especialización en contenidos, superando la excesiva identificación de la emisora con el periodista de turno, y exigiendo una mayor cualificación profesional. También se incrementarán las fórmulas que propicien la interacción con los escuchas bajo cualquiera de los anteriores modelos (All News, Talks, etc.).

## AUDIOVISUAL

1. Aunque muchos predicen el final de la televisión clásica, la televisión generalista sobrevivirá en el nuevo contexto de multiplicación de la oferta televisiva: se transformará, pero se mantendrá porque se ajusta a las exigencias de los regímenes de

mocráticos y a los de mercado publicitario. Sin embargo, parece claro que el desarrollo de los servicios especializados está llamado a sufrir una expansión importante en el curso de los próximos años.

2. El porvenir del sector audiovisual está actualmente ligado al de la instalación de las grandes redes de distribución multifuncionales. A medida que progrese la convergencia tecnológica y que disminuyan las diferencias legales entre "common", "carriers" y "broadcasters" (servicios públicos, ondas portadoras y radiodifusores), la producción y la difusión culturales estarán cada vez más sometidas a las reglas de los intercambios internacionales, a no ser que se produzcan acuerdos en este sentido.

3. Las tendencias más destacadas del mercado contemporáneo del sector audiovisual son la expansión de las redes de distribución, la liberalización de los mercados nacionales, el aumento de la oferta en servicios especializados, la supervivencia de algunas cadenas generalistas, las dificultades crecientes de las televisiones públicas y el aumento de los contenidos extranjeros.

4. La televisión que veremos en el futuro, cuya culminación desde la perspectiva del presente es la interactividad y su característica más significativa la multiplicación del número de canales, ya no es un medio aislado, sino un planeta relevante del universo multimedia.

Microsoft predice que los límites entre computadores personales, computadoras de redes comerciales y aparatos de televisión empezarán a perder su actual configuración, a medida que aparezcan aparatos que combinen diferentes tecnologías. Algunas PC conectadas con redes no necesitarán discos, en tanto algunos ordenadores emplearán vinculadas a redes emplearán discos únicamente en zonas que procesan rápidamente información.

El análisis del actual universo multimedia en Latinoamérica debe tener en cuenta no sólo las políticas audiovisuales directamente relacionadas con la definición de normas técnicas de televisión y la producción de programas para los nuevos servicios televisivos, sino también las demandas de los telespectadores y las formas de consumo televisivo. En EE.UU. el número de títulos de cd-

rom en 1995 alcanzó los 3.919 títulos contra 2.032 en 1994. En Venezuela bajo el mismo sistema, aunque aún limitado en gran parte al disco-compacto musical, en ocho años se han producido ocho millones doscientas mil unidades tanto para el mercado nacional como para el exterior. En 1996 han aparecido los primeros productos nacionales de multimedia.

## PUBLICIDAD

1. En los nuevos proyectos publicitarios se cuenta ya con la integración de la televisión interactiva. Se tiene presente el microordenador y las enormes posibilidades ofrecidas por el uso del cd-rom. Este conjunto de multimedia interactivo formará el núcleo en torno al cual se establecerán las nuevas tendencias y estrategias publicitarias. Sin embargo, en los próximos cinco años todavía los medios tradicionales controlarán la mayor parte de las inversiones.

2. El panorama de la televisión por cable fraccionará mucho más las audiencias y obligará a que, llegado un momento, los anuncios financien gran parte del costo originado por la oferta televisiva.

3. El nuevo contexto exigirá profesionales de la publicidad que estén formados, no sólo en la problemática de la comunicación mercadológica, sino en todas aquellas disciplinas implicadas en la práctica interactiva.

4. Los medios interactivos ofrecerán a las agencias y a los anunciantes nuevas oportunidades para acrecentar la confianza en sus marcas y productos, porque la comunicación publicitaria será menos etérea, más centrada en la realidad objetiva de los productos y, por tanto, más verosímil.

5. La puesta en práctica de la publicidad interactiva exigirá la presencia de equipos con cerebros capaces de condensar y desarrollar a un tiempo la interacción prevista, con el "software" necesario, ligado inexorablemente a las técnicas del marketing directo, y sirviéndose, además, de las cualidades exigidas en la actualidad a los creativos publicitarios y a los directores de arte.

En Venezuela, si bien, en términos absolutos la inversión publicitaria nominal, ha crecido vertiginosamente en los últimos años, alcanzando para 1995 los 178.500 millones de

Bs., de hecho ha habido un descenso real próximo al 10 por ciento (9,5%). La recesión económica y la alta inflación del año 1996, que alcanzó el umbral de tres dígitos, han erosionado la inversión, que sigue situándose próxima a 1,34 puntos del Producto Interno Bruto (PIB).

El fenómeno más significativo de estos últimos años ha sido la recomposición de la participación publicitaria en los medios. Si en 1987 la distribución era: Televisión 61%; Diarios 31%; Radio 3%; Revistas 3%; y Medio Exterior 2%, para 1995 la composición fue la siguiente: Televisión 82%; Diarios 13%; Revistas 2%; Medio Exterior 2%; y Radio 1%.

El descenso del número de Agencias tradicionales y el aumento del desempleo se ve compensado por el surgimiento de nuevas empresas especializadas en diferentes aspectos de la promoción y la comunicación comercial con los consiguientes puestos de trabajo.

Todos los medios están incurriendo en los nuevos sistemas publicitarios, aunque todavía están por comprobarse la efectividad y eficiencia. Los ingresos en la red de redes en concepto de publicidad aumentarán, aunque no tanto como se esperaba. Gates calcula que apenas representarán un cuarta parte de lo previsto en el caso de los EE.UU. y esa fracción sin duda será menor en el caso venezolano. Sin embargo, los empresarios de los medios están apostando a mediano y largo plazo para no quedar desincorporados de la dinámica del nuevo mercado.

## COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

1. La mayoría de las empresas y corporaciones usarán sistemas de correo electrónico sea para los servicios internos, que conectan a los empleados, sea para los servicios externos con los clientes.

2. La tecnología de los computadores personales se irá imponiendo para la realización de múltiples tareas en las corporaciones, ya que los PC están siendo capaces de llevar las labores más exigentes y de mayor importancia en las empresas.

3. Las conferencias telefónicas con video se convertirán progresivamente en un factor de peso en las

empresas, pero no se sobrepondrán a la práctica de compartir simultáneamente el análisis de documentos, de discutir su contenido y de editarlos.

En Venezuela todas las grandes empresas, pero en mayor grado las corporaciones de medios de difusión, pugnarán por incorporarse a estas olas tecnológicas por el efecto de demostración que suponen en términos de eficiencia y productividad de cara a los clientes.

## INVESTIGACIÓN

1. Un aspecto decisivo del trabajo de investigación sobre los medios de comunicación es el reconocimiento de la interrelación y la conectividad entre prácticamente todos los fenómenos de la comunicación.

2. Es necesario investigar sobre las propias tecnologías, sobre los equipos y programas existentes y sobre las personas que los crearon; sobre las batallas entre los nuevos inversores, programadores y usuarios de los medios, y sobre la maduración de las antiguas tecnologías de los medios.

3. No existe ninguna ley de comunicación verdaderamente internacional, y en todo el mundo parece imponerse una hipótesis radical: que no es probable que ninguna normativa (excepto en lo relativo a frecuencias y normas de tipo técnico) pueda ser la condición del futuro.

4. En los últimos años ha hecho aparición toda una nueva magnitud de distribución, reorientación y transmisión de contenidos; como consecuencia de los sistemas de televisión de múltiples canales, y debido a la capacidad ciberespacial de los diversos servicios de Internet y otros sistemas de comunicación electrónica en directo o de otro tipo.

5. Quizá no sea tan importante saber si las nuevas fronteras, en lo que se refiere a los estudios sobre medios de comunicación, son las relativas a la tecnología, la economía, las relaciones medios-gobierno o los contenidos: lo verdaderamente importantes es una investigación sistemática que observe los fenómenos globales e internacionales, así como de las relaciones regionales y los vínculos bilaterales.

En Venezuela cada vez se están requiriendo más estudios sobre Mercado y Publicidad, porque las trans-



formaciones tecnológicas han afectado profundamente a la segmentación de los públicos y a las pautas de uso comunicacionales de los consumidores. Junto a estos estudios se necesita el seguimiento de las Nuevas Tecnologías (legislación, políticas, aplicaciones técnicas), el análisis de los procesos de Recepción (mediaciones culturales, mecanismos decodificadores, impactos socio-culturales), el rediseño de la Comunicación Institucional y Organizacional (estrategias, reingeniería, calidad total), pesquisas sobre la reconversión de los perfiles profesionales, (mercado laboral, nuevas funciones, transformaciones de los puestos de trabajo). Están desasistidas las investigaciones sobre las potencialidades de las nuevas tecnologías en los procesos de Comunicación para el Desarrollo Social y Educativo.

## FUENTES DOCUMENTALES

- Bisbal, M. y Pasquale, N. -coord.- (1996) *Nuevas fronteras: medios de comunicación y poder*. UCV/Fundación Carlos Eduardo Frías, Caracas.
- Capriles, María Cristina -comp.- (1995) *Sueño y realidad: Reflexión sobre el futuro audiovisual*. Las nuevas tecnologías, Escuela de Cine y Televisión, Caracas.
- Cuadernos sobre Comunicación (1995) N° 1. *Periodismo en el año 2.000*. UCAB, Caracas.
- FUNDESCO (1996) *Comunicación Social 1995/Tendencias*. Informes Anuales de Fundesco, Madrid.
- FUNDESCO (1996) *Telecomunicaciones 1995/Tendencias*. Informes Anuales de Fundesco, Madrid.
- Gates, Bill (1997) *Predicciones para 1997 en el universo digital*, Diario *El Nacional*, lunes, 6 de enero, C/2 Informática.
- Revista *Comunicación* (1996) N° 93, 96. Centro Gumilla, Caracas.
- Revista *TELOS* (1994) N° 37, *UIMP: La era de la comunicación interactiva*. Suplemento de la revista *TELOS* 37. Madrid.
- Revista *Video Forum* (1993) *Los medios de comunicación en el año 2.000*, N° 3.

# El proyecto satelital Simón Bolívar, 23 años de historia

Reyna Expósito y Juan Manuel Matos

Desde principios de los años 70 cuando la tecnología satelital se consolida como una alternativa viable para las telecomunicaciones especialmente para brindar acceso a telefonía en zonas rurales, donde la conexión por microondas es demasiado costosa, comienza entre los países miembros del Pacto Andino a considerarse la adquisición de un satélite propio. Por otro lado, dados los objetivos de integración del Acuerdo de Cartagena, un satélite propio permitiría a un relativo bajo costo el intercambio de programación televisiva y audiovisual dentro del área andina.

Así en mayo de 1974 se reúnen en Cali, Colombia, los ministros de Comunicaciones de la región andina, en el marco de las conversaciones de la política de integración andina, la cual fue inspirada en los objetivos establecidos en el Acuerdo de Cartagena. Esta reunión permitió sentar las bases adecuadas para las múltiples facetas que deberían conformar la integración de las telecomunicaciones.

Es a partir de esa reunión que nace el Sistema Andino de Telecomunicaciones por Satélite, SATS, o proyecto de satélite, inicialmente llamado CÓNDOR, que fue la base en la que se sustentó más adelante el ahora denominado Proyecto de Satélite Simón Bolívar, si bien los objetivos que se esperaban alcanzar variaron, para adaptarlos a las nuevas realidades tecnológicas mundiales.

El SATS fue concebido para:

- Integrar las áreas rurales andinas
- Brindar una cobertura total de televisión a los países del área
- Desarrollar los servicios intrarregionales
- Servir de factor motorizante del

desarrollo de la infraestructura de telecomunicaciones en cada país del Acuerdo de Cartagena

A partir de la firma del acuerdo que daba inicio al proyecto CÓNDOR y durante varios años la European Satellite Consulting Organization, ESCO, realizó estudios de factibilidad, tanto técnicos como económicos del SATS.

Estos estudios determinan los servicios principales que prestaría el Sistema de Satélites Andino: acarrearía vía satélite canales de televisión; serviría para el tráfico doméstico telefónico, télex y datos en número de canales; y tráfico intraregional vía satélite de telefonía, télex y datos en número de canales.

Per la celeridad con que se vino trabajando a finales de la década de 1970, antes de las demoras que retrasaron el proyecto por cerca de diez años, fueron solicitados en fase de "Publicación Anticipada" ante la Unión Internacional de Telecomunicaciones, UIT, las posiciones 77,51°W, 89,01°W y 72,0°W, pertenecientes a las posiciones que deberían ocupar los satélites A, B y C<sup>2</sup> respectivamente. Debido a los retrasos, esas posiciones prescribieron reglamentariamente, puesto que según la reglamentación de esa organización internacional las reservas tienen vigencia por un período de nueve años.

La participación de Venezuela en el Proyecto Andino estuvo marcada principalmente por el interés que le merecía a los representantes de la Compañía Nacional de Teléfonos, CANTV, así dependiendo de los vaivenes que dentro de esa empresa se producían, se apoyó o se alejó del proyecto.

Sin embargo, no era característico



sólo de Venezuela la intensidad o enfriamiento con el que se aproximaba el proyecto, también en el resto de los países andinos se tomaron medidas que fueron aplazando decisiones concretas. La razón de esto estaba vinculada principalmente al deterioro económico que sufrió América Latina en la década de 1980.

Así, finalmente en 1991 fue adoptada una solución puente propuesta por INTELSAT. Se decidió alquilar un segmento de satélite ya existente y aplazar la implantación del sistema hasta inicios del siglo entrante. A la larga esta decisión trajo una serie de malentendidos que han creado una mayor dificultad en la realización del proyecto.

Por la dilatada trayectoria que ha tenido el SATS, en vías a su aplicación, las variaciones bastante notables en el área de las telecomunicaciones, especialmente en los campos tecnológicos, de mercados y servicios, se ha podido planificar para su adaptación a estas nuevas realidades. Esto trajo como consecuencia que se redefiniera la orientación que se le había dado al proyecto inicial.

En la VI Reunión de Ministros de Transporte, Comunicaciones y Obras Públicas del Acuerdo de Cartagena, celebrada en noviembre de 1992, fue creado el Comité Andino de Autoridades de Telecomunicaciones, CAAATEL, el cual llevó a cabo su primera reunión los días 16 y 17 de febrero de 1993 en Caracas. La razón de ser de este Comité es la vigilancia de la reactivación del proyecto de Satélites ahora llamado Simón Bolívar.

Consciente de las dificultades que implicaba llevar adelante un proyecto de estas dimensiones, Venezuela propone en abril de 1994, en la I Reunión Extraordinaria de CAAATEL, que los países andinos adopten un nuevo enfoque. En esta oportunidad se propone la inclusión de capital privado y público, regional y extraregional en todas las fases del proyecto, como el diseño, construcción, lanzamiento y operación. Esta decisión fue ratificada en la IV Reunión Ordinaria de CAAATEL, que se realizó en Quito en junio de 1994. Luego de esta resolución, el director de la Comisión Nacional de Telecomunicaciones de Venezuela, CONATEL<sup>3</sup>, informó el 13 de julio de 1994 a la Secretaría General de la Asociación Estatal de Empresas de Telecomunicaciones

del Acuerdo Subregional Andino, ASETA, que el país estaba realizando reuniones con empresas venezolanas del sector, las cuales habían evidenciado un notable interés en el proyecto.

Desde Venezuela se inicia entonces una tarea de promoción entre los sectores privados andinos. Se consiguió la participación de un total de 77 potenciales inversionistas distribuidos de la siguiente manera: Bolivia (5), Colombia (30), Ecuador (17), Perú (14) y Venezuela (11).

Posteriormente, en octubre de 1994 en Quito, por solicitud de CONATEL, expertos de esta Comisión y ASETA se reunieron para realizar un estudio sobre la situación de la coordinación de las posiciones orbitales del Proyecto Simón Bolívar.

Es necesario destacar la diferencia del clima de opinión de 1994 en la región andina con respecto a 1990. Se atribuyó este cambio a la acogida que tuvo la idea de la inclusión del sector privado en el Proyecto Satelital.

También para este año, CANTV ya estaba privatizada, al igual que un sector de TELECOM de Colombia. Además, se dio también en territorio colombiano la apertura de la telefonía celular. Se había dado en Perú la privatización de la Telefónica y estaba en proceso de privatización ENTEL de Bolivia. En Ecuador se estaba produciendo una apertura a capitales privados de las telecomunicaciones. Evidentemente, en cuatro años el panorama en este sector en América Latina había dado un importante giro, de un control estrictamente estatal a un proceso de apertura y traspaso a capitales privados.

En diciembre de 1994, CONATEL, se reunió con el más alto nivel decisorio del sector privado venezolano para iniciar el proceso de conformación del consorcio de inversionistas interesados en participar en el proyecto. De este encuentro surgió una Declaración de Compromiso.

A esta cita acudieron representantes de varias empresas venezolanas, entre las que se encuentran CANTV, PDVSA, Venezolana de Televisión, Comunicaciones Centurión, INFOSAT, IMPSAT, Televen, Venvisión, Inversiones Multidatos c.a., Inversiones CICET, Cámara Venezolana de la Televisión, CNT, TEXCOM Telecomunicaciones, CABNETEL y Parabólicas Services.

En enero de 1995 se convocó a

una Cumbre Empresarial Andina para iniciar la conformación del consorcio. La reunión fue pospuesta por solicitud de las Administraciones de Colombia y Ecuador.

En la V Reunión Ordinaria de CAAATEL, de febrero de 1995, quedó ratificada la idea venezolana. Se tomaron las siguientes decisiones: se instó a apoyar la celebración de la Reunión Andina en Caracas, ahora llamada de información y promoción, a fin de conformar el consorcio que deberá ser el propietario del satélite; y se solicitó acelerar los estudios del marco legal actual que conduzcan a la posibilidad de usar mecanismos de concesiones, para impulsar la factibilidad práctica del proyecto.

El 16 de diciembre de 1994, día de la V Reunión Ordinaria de CAAATEL, en donde se llevó a cabo la Declaración de Compromiso de las empresas privadas venezolanas, fueron creados los Comités Técnico y Estratégico, los cuales se encargarían de estudiar los parámetros técnicos del proyecto y la estructura del futuro consorcio responsable del Sistema Simón Bolívar, respectivamente.

Se ha generado un cambio considerable en la estructura inicial del proyecto, teniendo mucho que ver las modificaciones en diversas áreas del sector satelital. El diseño del sistema Simón Bolívar, en su fase inicial CÓNDOR, fue del tipo tradicional, en cuanto servicios y tecnologías, y en su diseño no se consideraron técnicas avanzadas especialmente en lo relativo a la comprensión de señales. Sin embargo, después de la apertura del proyecto al sector privado se realizaron importantes modificaciones al proyecto inicial.

El informe del Grupo Estratégico planteó una serie de ideas generales a desarrollar por el consorcio responsable. Se concluyó que el mejor enfoque es el de un ente privado frente al concepto de una cooperativa mixta. Los socios del proyecto deberán aportar sus propios recursos, el resto buscará a través de agencias internacionales, con el apoyo de la CAF y el Programa Bolívar.

Con relación al control accionario del proyecto, el Grupo Estratégico recomienda una libre participación de los interesados en el ámbito andino. En caso de no obtenerse la totalidad de los recursos, se deberá abrir la participación minoritaria a

### Cambios en la estructura del Proyecto de Satélite Andino

Áreas de cambio	Proyecto CONDOR	Proyecto Simón Bolívar
Regulatoria	Régimen Estatal	Liberal competitivo con participación del sector privado
Tecnología	Ambiente analógico	Ambiente digital
Servicio y Mercadeo	Telefonía básica y TV	Múltiples servicios: telefonía, TV digital USAT, IBS, Servicio por satélite
Sistemas satelitales existentes	INTELSAT Y PANAMSAT	INTELSAT PANAMSAT BRASISAT NAHUELSAT HISPASAT SOLIDARIDAD EXPRESS

socios extraregionales. Serán fijados límites mínimos de inversión para acceder a derechos preferenciales, como, por ejemplo, puestos en la Junta Directiva y ventajas comerciales.

Según las recomendaciones del Grupo Estratégico, los límites superiores pueden ser de 4,5 a 10 por ciento. De plantearse cuotas de representación nacional se recomienda asignar un 20 por ciento por país por un período razonable, una vez vencido éste, se dará preferencia a inversionistas de la región andina.

En este mismo ámbito, en CONATEL se ha planteado un esquema de propuesta de negocios en donde:

- 1 Debe separarse estructuralmente la propiedad del satélite y el uso del mismo. Es decir, si alguien es socio del Simón Bolívar y desea adquirir capacidad en el satélite, deberá pagar los precios establecidos.
- 2 Será definido un porcentaje de la inversión de capital, por encima del cual el socio, que se considerará fundador, tendrá derecho a uno o varios miembros de la Junta Directiva y a devengar los derechos de comercialización territorial, que es un porcentaje sobre las ventas, ya sea para sí mismo o que se realice en cualquier parte de América que sea cubierta por el satélite.
- 3 Al final de ejercicio fiscal, los socios (fundadores o no) se distribuirán las ganancias netas.
- 4 Los socios fundadores podrán revender la capacidad satelital adquirida y quedarse con la diferencia entre el monto pagado por esos terceros y lo pagado a la

empresa satelital Simón Bolívar.

Estas ideas, en líneas generales, son las que rigen actualmente otros sistemas de satélites públicos y privados. Lo que se pretende con este régimen es incorporar a grandes usuarios de telecomunicaciones y transmisiones de televisión, a la par de ser muy eficientes, especialmente para la venta a terceros de capacidad satelital.

El gran problema que deben afrontar en este momento los promotores del Simón Bolívar es el de la reserva de posiciones orbitales en las que se emplazarán los tres satélites andinos.

A partir de 1991, año en que los países andino deciden aceptar la solución puente propuesta por INTELSAT y posponer el Proyecto hasta el año 2005, comienzan a gestionarse las posiciones orbitales reservadas al Sistema Simón Bolívar por parte de varios países vecinos. Se pensó que el aplazamiento era la renuncia definitiva a los planes satelitales de los países andinos, ya que era hasta 1999 que se disponía de las reservas orbitales del proyecto.

No obstante el aplazamiento los estudios de factibilidad para el Sistema Satelital nunca cesaron. Así en 1990 se realizó un estudio que recomendó a ASETA las posiciones orbitales 106.0°W, 103.0°W y 109.0°W para la Red de Satélites Simón Bolívar 1, 2 y 3, respectivamente.

### EL SOLIDARIDAD II Y LA PROPUESTA MEXICANA

Sin embargo, debido al aplazamiento del Sistema Satélite, México ubicó el Solidaridad II en la

órbita 102.2°W, es decir, a menos de los 2° permitidos entre dos satélites, con lo que de hecho desplaza al Simón Bolívar que no podrá ya utilizar esa órbita.

Dado que no se consultó a los países andino, la Junta del Acuerdo de Cartagena decidió no permitir el uso en su territorio a ninguno de los satélites del sistema mexicano (Morelos I y II, Solidaridad I y II) según la resolución 395, a partir de ese momento la Junta Directiva que está administrando el proyecto Simón Bolívar, que está constituida por sector privado de los países andinos, optó por obtener una compensación económica hecha por el Solidaridad II, cosa a la que el gobierno mexicano se ha negado.

En la visita del presidente Rafael Caldera a México en febrero de este año se firmó un acuerdo acerca del aprovechamiento del sistema satelital mexicano, siempre dentro del marco de las decisiones del Acuerdo de Cartagena, el mensaje oficial de Caldera fue que Venezuela no podía tomar ninguna decisión unilateralmente puesto que es un proyecto satelital, en definitiva se le dio a entender al gobierno mexicano que el acuerdo debería ser entre los administradores del proyecto Simón Bolívar (privado) y los administradores de Solidaridad (público).

La Administración del Simón Bolívar plantea se le permita usar algunos transpondedores como compensación por los daños causados hasta el lanzamiento del Simón Bolívar a mediados del 2000.

### NOTAS

- 1 La fase de "Publicación Anticipada" es un requerimiento de la UIT que tiene como objetivo presentar a las Administraciones de todos los países miembros las características elementales de la red de satélites que se desea implantar, a fin de que ellos identifiquen los posibles efectos perjudiciales que ésta podría causar sobre redes de satélites ya implantadas, o cualquier otro sistema de Radiocomunicaciones.
- 2 Todo sistema satelital implica que si bien se tiene un satélite en órbita se debe tener preparado otro de similares características para cuando la vida útil de aquel haga necesario sustituirlo.
- 3 Tras la creación de CONATEL, este ente asumió la coordinación a nivel nacional de todo lo relativo al desempeño y supervisión de las telecomunicaciones y relevó a la CANTV de sus responsabilidades en el proyecto.

# Las telecomunicaciones en la sociedad de la información: retos y estrategias para la UIT

Donald Maclean



**E**stá claro que en los últimos años hemos sido testigos de grandes progresos en las tecnologías propias de las telecomunicaciones. Y también que se han hecho progresos significativos promoviendo el desarrollo de las telecomunicaciones en muchos países, especialmente de Asia, de Latinoamérica y Este de Europa, aunque todavía quede mucho por hacer. Lo que está menos claro es que se haya progresado en la adopción de un acuerdo más amplio sobre el papel de las telecomunicaciones en la sociedad de la información.

Es cierto que se ha divulgado ampliamente el concepto de *Infraestructura Global para la Información (GII)*, y que se han celebrado dos conferencias de alto nivel sobre la *Sociedad Global de la Información (GIS)* (una en Bruselas en febrero de 1995 y la segunda en Midrand, Sudáfrica, en mayo de 1996), pero a pesar de todo esto, es probablemente exacto decir que los conceptos fundamentales de lo que GII y GIS significan no han sido todavía bien definidos y que muchas de las cuestiones relativas a estos conceptos no se entienden con claridad.

## FUERZAS QUE AFECTAN AL DESARROLLO DE LAS REDES DEL FUTURO

En general, las fuerzas que conducen el desarrollo de las redes del futuro son las mismas que ahora con-

ducen la globalización de la economía y la integración de las unidades económicas nacionales.

A pesar de lo poderosas que estas fuerzas pueden llegar a ser, están encontrando resistencia desde algunas organizaciones cuyos intereses se pueden ver amenazados por las facilidades que proporcionarán las redes del futuro. También, dado que la industria de las telecomunicaciones está tan fuertemente regulada, la inercia del sector público podría actuar como un freno en el desarrollo de las redes del futuro.

Hasta el momento, las actitudes de los consumidores y de los grupos de interés especial sobre las redes del futuro son bastante desconocidas después de más de una década de experimentación. Mientras algunos usuarios no tienen ningún problema para pagar los servicios que necesitan en cada momento, aparecen preguntas obligadas sobre la igualdad de acceso. También pueden empezar a despuntar otras reivindicaciones tales como las que conciernen a la privacidad de los intereses personales.

## RETOS POLÍTICOS

Las fuerzas que conducen el desarrollo de las redes del futuro plantean cuestiones políticas en el ámbito global.

### Retos planteados en la estructura industrial

Los problemas relacionados con

la estructura industrial de las telecomunicaciones deben ser resueltos si las redes del futuro se desarrollan en el dominio público, así estarán disponibles tanto para los hogares y las PYME como para las grandes corporaciones que pueden permitirse el implementar sus propias redes privadas.

#### Retos técnicos

Importantes cuestiones técnicas deben resolverse para un desarrollo efectivo de las redes del futuro:

-Se necesitan estándares que aseguren una interoperabilidad de todas las redes y la compatibilidad de los servicios.

-Si las redes del futuro van a ser redes de redes, se requerirá para implementarlas algo más que una compatibilidad técnica. También hay que regular los términos y condiciones bajo los que los nuevos agentes podrán interconectar las distintas redes existentes presentándose entonces cuestiones tan importantes como las tarifas de interconexión y la facturación a los clientes.

-Las redes del futuro deberán administrar cuidadosamente recursos escasos tales como el espectro de frecuencias.

#### Retos para el desarrollo socioeconómico

Las redes del futuro plantearán importantes retos al desarrollo económico y social.

-Es universalmente aceptado que la productividad y competitividad de cualquier sector económico y la capacidad de innovar productos, servicios y procesos pasa por las redes de comunicaciones.

-Las redes del futuro afectarán a la naturaleza del trabajo. Algunos trabajos desaparecerán conforme avancen los procesos de automatización. Y de la misma manera que unos trabajos desaparecerán, se demandarán nuevas destrezas.

-También la localización del puesto de trabajo se verá afectada. En las decisiones de las compañías a la hora de elegir un lugar de redes y servicios avanzados de telecomunicación, así como de personal especializado. El teletrabajo permitirá no abandonar el hogar o agruparse en oficinas virtuales conectadas a la empresa únicamente por las redes de

comunicaciones que conectan los ordenadores.

-Estos desarrollos también modificarán los sistemas educativos. En el futuro, será necesaria una enseñanza personalizada.

-Estos desarrollos también plantean cuestiones acerca del significado de una de las piedras de toque de la política de telecomunicaciones para las redes del futuro como es el servicio universal. La pregunta que se plantea es ¿debería exigirse este nivel de acceso a los contenidos, es decir, debería adoptarse internacionalmente este concepto de servicio universal? En caso afirmativo, ¿quién debería pagarlo? ¿Cuál debería ser su contenido? ¿Debería ser subvencionado por otros servicios? ¿Cómo?

#### Retos para los derechos y libertades individuales y colectivas

Las redes del futuro también plantearán retos en lo que respecta a los derechos y a las libertades de los individuos y las sociedades.

-¿Se verá afectada la privacidad? Datos personales como el número de la Seguridad Social, del Documento de Identificación o de las tarjetas de crédito podrían ser conocidos por terceras partes, almacenados en bases de datos y utilizados en su propio beneficio de muy diversas maneras, comerciales o no. Esto será más fácil de hacer todavía en las redes del futuro, donde la interconexión de todos será instantánea, a menos que se garanticen unas medidas mínimas sobre la protección de los datos personales y cualquier otro tipo de información privada. Esto sugiere preguntarse, ¿debería permitirse este tipo de actividad sin necesidad de solicitar permiso?, ¿Deberían pagarse *royalties* por el uso de los datos personales sobre cada uno de nosotros?

-Las compañías telefónicas ofrecen un nuevo servicio que permite identificar el origen de la llamada. Y esto, que en principio se podría ver como una ventaja que va a permitir, por ejemplo, seleccionar las llamadas deseadas y obviar el resto, también puede tomarse como una violación de la intimidad al perder el anonimato la persona que origina la llamada. Cabe preguntarse dónde está la razón y dónde se puede establecer una frontera que contente a las partes, si la responsabilidad, si la hubiere, sería

de los usuarios o de los operadores, si dichos usuarios deberían ser compensados cuando algún tipo de abuso pueda demostrarse, cómo se demuestra y quién paga tal indemnización, entre otras cosas.

-¿Cómo se regularán los principios de libertad de expresión y de información para que los dos conceptos puedan convivir sin problemas en las redes del futuro? ¿Pueden aplicarse las leyes, reglas y regulaciones propias de los medios de comunicación impresos o de la radio y la televisión a los servicios que correrán por las redes del futuro? ¿Cómo se puede aplicar el *copyright* a los servicios multimedia cuyo producto final no sólo combinará información procedente de fuentes muy diversas, con muy distintos formatos, sino que también puede ser totalmente diferente a todos ellos?

-¿Qué impacto producirán las redes del futuro en las distintas entidades culturales? El servicio de radiodifusión y televisión tradicional, el principal medio de distribución de productos culturales en todos los países, ya se siente amenazado por los satélites de radiodifusión directa. La televisión de alta definición y el video según demanda se convertirán también en amenazas para la televisión tradicional. Sin embargo, el decrecimiento de los costes de las comunicaciones, la flexibilidad y la capacidad multimedia que ofrecerán las redes del futuro podrán crear nuevas oportunidades para la expresión cultural de los pueblos en todos los ámbitos, locales, regionales o globales. ¿Abrirán las redes del futuro nuevas vías de expresión cultural o quedarán la mayor parte de los países a merced de la cultura extranjera dominante?

#### Retos para las Administraciones

Finalmente, las redes del futuro plantearán retos a los Gobiernos y a las distintas Administraciones de todos los países en la sociedad de la información:

-¿Cómo pueden utilizarse las redes del futuro para mejorar la eficiencia interna de las Administraciones? ¿Es lícito utilizar el EDI u otros servicios específicos para operaciones propias de la Administración o de los Gobiernos?

-¿Cómo se pueden utilizar dichas

redes para mejorar la calidad del servicio entregado? ¿Se podría pagar el subsidio por desempleo, la Seguridad Social u otros conceptos de la Administración utilizando los servicios y las redes del futuro? ¿Se reducirán los gastos y los tiempos empleados para esas transacciones? ¿Serán seguras y fiables? ¿Serían útiles las redes del futuro para la distribución de información de las distintas Administraciones a los ciudadanos? ¿Serían efectivos programas de medicina preventiva a través de las redes?

-¿Cómo impactarán en los procesos políticos? ¿Serán electrónicos los próximos referenda, servirán las redes futuras para que los gobiernos tomen el pulso de la sociedad? ¿Cómo afectarán las redes del futuro a las campañas electorales? ¿Podrán las redes del futuro proporcionar un acceso más democrático a las instituciones públicas o por el contrario ofrecerán nuevas oportunidades de manipulación?

-¿Cuál será el papel de la nación estado en el mundo sin fronteras creado por las redes del futuro? Las redes de comunicaciones tienen ya actualmente un gran protagonismo en la relación de los ciudadanos con las Administraciones, ¿se podría plantear la gestión a nivel global o por el contrario se fragmentarán las naciones y serán reemplazadas por unidades políticas más pequeñas, basadas en consideraciones geográficas o demográficas?

## CONCLUSIONES

Aun con un significativamente amplio mandamiento y una ampliación de sus recursos no sería, por supuesto, posible o necesariamente deseable para la UIT tratar de enfrentarse a la larga lista de problemas expuesta. Todos ellos muestran, más o menos directamente, el importante papel de las telecomunicaciones en una economía y sociedad globales basadas en la información. Si la UIT tiene éxito en la consecución de la meta que se propuso en su plan estratégico 1995-1999 de afirmarse como el punto internacional de referencia para todos los asuntos relacionados con las telecomunicaciones en la futura sociedad y economía globales de la información del siglo XXI, tendrá que encontrar

nuevas vías de cooperación con aquellas organizaciones de ámbito regional, nacional e internacional que ahora tienen competencia en esos temas.

De hecho, esta aproximación está prevista en el Plan Estratégico de la UIT, uno de cuyos puntos establece el deseo de incrementar su influencia en asuntos internacionales mediante el establecimiento de alianzas estratégicas con las organizaciones más influyentes en el desarrollo de las telecomunicaciones. Se ha dado prioridad a organizaciones como WTO, OCDE, Banco Mundial y Unesco en el ámbito internacional, a instituciones relacionadas con los estándares, y a otras organizaciones financieras o de investigación de ámbitos regionales. Además, el plan estratégico apoya la idea de que la UIT fortalezca sus relaciones con todos los sistemas de Naciones Unidas (UN) apuntando que:

“En una sociedad y economía globales basadas en la información, las telecomunicaciones incrementarán su importancia en las actividades de todas las organizaciones internacionales... Trabajando conjuntamente con otras organizaciones y centrándose en lo que compete a la técnica de telecomunicaciones disponibles para mantener sus actividades, la UIT forzará sus propios recursos y multiplicará la efectividad de sus actividades”.

Para que surta efecto esta estrategia, la Secretaría General de la UIT lanzó en las UN un proyecto sobre provisión de acceso universal a las telecomunicaciones básicas y servicios de información. La intención de este proyecto es recomendar una mejor coordinación de los recursos de un sistema como el de UN para perseguir este objetivo.

Mientras este proyecto de *Derecho a la Comunicación* es un intento práctico de primer orden, de acuerdo con la meta que la UIT se ha marcado de convertirse en el punto de referencia para las organizaciones internacionales en los temas de telecomunicaciones, como ya se ha dicho repetidas veces, es también un trabajo subterráneo respecto a los principales retos políticos identificados en los anteriores párrafos. Conseguir el éxito en esta tarea podría muy bien requerir el desarrollo de nuevas perspectivas en la política de telecomunicaciones. El Secretario General,

en su último informe al Consejo sobre la implementación y el desarrollo futuro de los planes estratégicos de la Unión, expuso lo siguiente:

“Las tendencias de reforma de las telecomunicaciones y de liberalización de los mercados, domésticos e internacionales han alcanzado ahora claramente la masa crítica necesaria. Ambas tendencias se perciben en un creciente número de países desarrollados y en vías de desarrollo, como la mejor vía para conseguirlo. Dicho esto, debe quedar claro que la liberalización no es el capítulo final para el desarrollo de las telecomunicaciones. No es sino el prelude de una nueva era de comunicaciones globales para una sociedad y economía basadas en la información. Este es un territorio completamente nuevo que la UIT, sus miembros, y otros agentes sólo han empezado a explotar. La globalización de las telecomunicaciones liberalizadas está creando nuevas oportunidades y nuevos retos a la UIT en cuanto a la consecución de sus objetivos y a la misión que se impuso en el plan estratégico 1995-1999 de colaborar en los planos técnicos, de impulso del desarrollo y nuevas políticas.

La UIT cuenta con una gran ventaja a la hora de dirigir los retos de la sociedad y la economía globales de la información, ya que queda como el único foro universal y global dedicado al desarrollo de las telecomunicaciones. Si la UIT y sus miembros actúan con rapidez, valentía y decisión, existen todas y cada una de las oportunidades de que se establezca como la organización preeminente global para el desarrollo no sólo de las telecomunicaciones sino de toda la infraestructura global y de la sociedad de la información”.

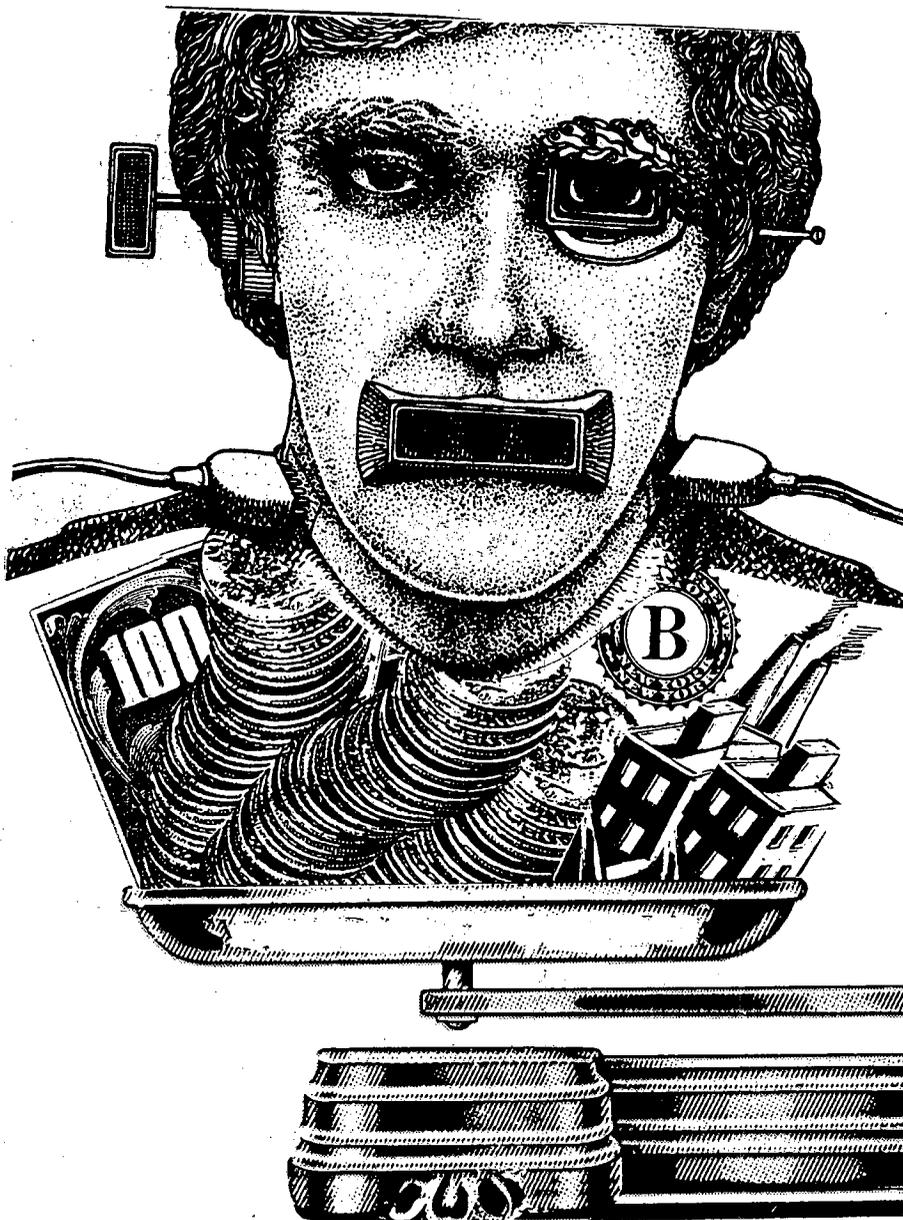
Estos pasajes resumen perfectamente el cambio político en sentido amplio a que se enfrenta la UIT, así como las metas que se ha marcado dentro de un ambicioso plan estratégico.

\* Donald Maclean es jefe de la unidad de Planificación Estratégica de la Unión Internacional de Telecomunicaciones. Este texto es un extracto de su artículo publicado en el informe anual de Fundesco *Telecomunicaciones 1996/Tendencias*.

Texto tomado de Fundesco 184/Enero 1997. Boletín de la Fundación para el Desarrollo de la Función Social de las Comunicaciones.

# El Grupo Cisneros o una recomposición telecomunicacional

Andrés Cañizález



**A**l iniciarse la década de los 90 la Organización Diego Cisneros (ODC), encabezada por Gustavo Cisneros, sumaba un total de 78 empresas de diversa índole, en las cuales por práctica el grupo venezolano tenía un dominio accionario completo.

En aquel momento las ramas de la ODC estaban tanto en la televisión y gaseosas (Pepsi Cola en tiempo pasado), como en la venta directa (cadenas de tiendas Maxys y red de automercados CADA), pero también se extendía a la producción (Yukery), al sector manufacturero (Chicco's) y a la propia radiodifusión (Circuito Radiovisión con 16 emisoras).

La crisis del Banco Latino hizo creer a no pocos que la ODC o se marchaba de Venezuela o definitivamente iría a la quiebra. Los lazos de Cisneros con el Latino y en lo personal con Pedro Tinoco, hacían pronosticar tiempos difíciles para la ODC una vez que el ex presidente Carlos Andrés Pérez, defenestrado, pagaba reclusión, Ricardo Cisneros

debía salir del país, y las acreencias de la ODC con el BanLatino sumaban 6.000 millones de bolívares (*Producto* 126, Marzo 1994).

Tres años después, sin embargo, una revisión rápida de la situación del grupo nos presenta varias tendencias en este proceso de recomposición empresarial, en la cual el componente externo y el distanciamiento hacia los visibles lazos políticos locales, han colocado a la ODC en un rol preponderante dentro del mundo de la televisión y telecomunicaciones en el país, y con amplias posibilidades de sentar las bases para colocarse en igualdad de condiciones con conglomerados comunicacionales como Televisa (México) y O'Globo (Brasil).

Este trabajo tiene intención fundamentalmente descriptiva y en algunos casos analítica. Trataremos de reflejar la transformación de la ODC en la presente década hacia el campo de las telecomunicaciones, su relación con firmas extranjeras y las tendencias que visualizamos de ese proceso.

Como decíamos al inicio, al comenzar los años 90 existían dos características primordiales con relación a la ODC: en primera instancia estaba su diversificación, la cual se alentaba entonces y se vio reflejada con la incursión en los automercados Pueblo (Puerto Rico) o Galerías Preciado (España). Para 1991, el Grupo Cisneros contaba con 78 empresas y la tendencia expansiva se dejaba ver con los movimientos internacionales recién mencionados. Paralelamente, se evidenciaban fuertes lazos con el mundo político venezolano, esencialmente con el partido Acción Democrática (AD) y en especial con el ex presidente Carlos Andrés Pérez en su segundo período 1989-93.

La ruptura con estas referencias tiene como expresiones concretas, por un lado, el paso de la diversificación a la concentración (telecomunicaciones-televisión), pues aunque la ODC sigue manteniendo intereses en áreas como la minería, el peso fundamental en inversiones, personal y ganancias proviene de este campo, en especial ahora que en mayo de 1997 ha dejado finalmente la administración directa de la rama de gaseosas en Venezuela. De la misma forma sólo en 1996 -después de dos años de iniciarse el gobierno de Rafael Caldera- es cuando volvió a

aparecer la figura de Gustavo Cisneros en un lugar tan simbólico para la política venezolana como el despacho presidencial de Miraflores.

La presentación de esta nueva faceta de la ODC se enlaza con otra tendencia importante de los últimos años: el tejido de redes internacionales a partir de su fortaleza principal (la TV y las gaseosas), el obviar y deshacerse de empresas que no pudieran "globalizarse" y la realización de inversiones consideradas en el mundo de las finanzas como riesgosas. El paso siguiente -ya claramente delineado- será la presencia de la ODC en el mundo de la telefonía una vez que se acabe el monopolio de la CANTV en el año 2000. A ello empuja por una parte la presencia accionaria en el rubro de telefonía celular con Telcel (cuyos intereses sobrepasan este campo específico) y por la otra la red de cableado en fibra óptica de Cablevisión (ODC es dueño absoluto), cuya finalidad a largo plazo no pasa únicamente por el entretenimiento, sino que constituye la base concreta para la tan mentada "superautopista de la información".

En términos económicos la bonanza acompaña a la ODC en este fin de siglo. Las cifras hablan de alrededor de 30.000 empleados y movimiento en operaciones por 3.000 millones de dólares (*El Universal*, 14.05.97). Consideramos que tanto por sus actuales dimensiones, que traspasan claramente el espacio geográfico venezolano, como por su historia concreta en el mundo de las comunicaciones de este país, en donde ha marcado las últimas tres décadas y ha jugado un papel político-comunicacional de primer orden, sería importante en el futuro abordar desde una óptica de mayor profundidad investigativa al Grupo Cisneros.

## REESTRUCTURACIÓN DEL IMPERIO

Un primer paso importante para la nueva fase del Grupo Cisneros puede ubicarse en 1990 cuando se asocia con Televisa (México) en Univisión con el fin expreso de penetrar en el creciente mercado hispano de Estados Unidos, tanto con producciones exclusivamente de la nueva señal, como otras recicladas de los respectivos canales participantes.

En algo que está explicado por

"la imposibilidad de globalizarse" la ODC procedió a la venta de las emisoras (un total de 16) del Circuito Radiovisión en 1991-92. Algunas de esas emisoras fueron adquiridas por el Grupo Progreso (Orlando Castro). La apertura al capital privado en telefonía celular encontró a la familia Cisneros con una presencia mayoritaria en Telcel. Sin embargo, tras la quiebra del BanLatino (1994) se producen los más significativos movimientos de la ODC: en 1994 vende Helados Tío Rico y al año siguiente se desprende de los automercados CADA y la red de tiendas Maxy's, vendidos al grupo colombiano Cativen, y poco después vende Yukery (jugos y concentrados de fruta) a MAVESA. Como parte de su integración internacional, Rodven (el sello disquero del grupo) pasó los derechos de todos sus artistas a la transnacional Polygram (*Gerente*, agosto 1996 y *El Universal*, 13.10.96).

En 1995 la ODC se asoció con Motorola, juntos conformaron la empresa VTEL "para venta instalación y mantenimiento de sistemas en el área de radiocomunicaciones" (*El Nacional*, 17.02.95). Es también en este período cuando se produce la mayor alianza de la ODC pues se formaliza su participación en "Galaxy Latin America" (*The Wall Street Journal Americas*, 18.09.96), cuya marca es DirecTV, y comprende la emisión de decenas de canales (sobrepasarán los 230 en 1998). El grupo está adherido a un consorcio junto con Hughes Communications, TV Abril (Brasil) y Multivisión (México). La inversión inicial de la ODC, de unos 200 millones de dólares, se cuenta entre las más altas para un proyecto totalmente novedoso, cuyas ganancias sólo podrán ser contabilizadas en un período de tiempo intermedio.

1996 fue sin duda de los más significativos para la ODC. En primer término, vio los frutos concretos del inicio de operaciones de DirecTV (el presidente Rafael Caldera inauguró el centro de operaciones de Caracas), al tiempo que se finiquitaban los arreglos para asociaciones en el área de televisión con Playboy TV y Hearst y continuó con la práctica de desprenderse de empresas, tocándole el turno a fines del año pasado a las manufacturas Spalding (artículos deportivos) y Evenflo (productos

para niños). La recomposición implicó asimismo la creación de "Cisneros Television Group (CTG)", con lo cual se concentran actividades dispersas en varios países y se lanza una estrategia común para abarcar en primer lugar el mercado latinoamericano, pero con intenciones de trascenderlo (*El Nacional* 08.10.96).

La parte final de 1996 y el inicio de 1997 tienen sin embargo para la ODC uno de los cambios más emblemáticos de su proceso de reestructuración, pues, en primer lugar, abandonó su relación de décadas con Pepsi Cola (agosto 1996), obtuvo unos 500 millones de dólares por su nuevo "matrimonio" con Coca Cola y, meses más tarde (mayo 1997), se formalizó la separación de la familia Cisneros en la producción y distribución directa de las gaseosas en el país, aunque sigue vinculada al negocio y ahora -de nuevo- con un matiz internacional porque en la transacción se hace del 10 por ciento de la Panamerican Beverages Company (Panamco), la segunda más grande del mundo y primera en Latinoamérica (*El Nacional* 19.04.97). Este cambio se inscribe perfectamente en la intención "globalizadora" que marcan los negocios del grupo.

Un aspecto que consideramos de vital importancia es la presencia de la ODC en el canal Televen de forma dominante (casi 90 por ciento de acciones), mientras duró el "exilio" de Omar Camero. Tras el regreso de éste a la planta televisiva, el Grupo Cisneros permanece como el segundo socio en importancia, a pesar de que "el Estado venezolano había manifestado su inquietud porque dos plantas de televisión estaban controladas por un mismo accionista" (*Producto* N° 151, abril 1996).

#### GUSTAVO CISNEROS EN SU TINTA

Cabeza visible de la ODC, Gustavo Cisneros, es considerado el "cerebro" principal de los cambios experimentados por el grupo, que aunque con dirección familiar, tiene cada vez más connotaciones transnacionales. De él tomamos algunas citas para entender mejor el camino recorrido y por recorrer del grupo:

"La filosofía de la ODC apunta a crear mercados internacionales que

permitan que los productos de Venezuela entren en el competitivo mercado mundial. Para empezar nos preparamos para conquistar el mercado hemisférico" (*Producto* N° 143, Agosto 1995), y más adelante en la misma publicación: "En Venezuela nos conocemos todos, estar ligados al poder político se traduce en tener una representación que decida en el gobierno. Ahora bien, ¿quiénes fueron los ministros de los Cisneros durante la década militar? ¿Quiénes los representantes de la ODC en los gobiernos de transición?, para no hablar de los siguientes, pues en ninguno de ellos ha tenido participación ningún miembro de la Organización Diego Cisneros".

"Hacia el año 2000, las telecomunicaciones y la información serán nuestra principal fuente de ingresos" (*El Universal*, 03.04.97).

En la ODC "vivimos un proceso

de cambio paralelo al de las naciones latinoamericanas. Las alteraciones en las políticas económicas, para acelerar el desarrollo de las economías de mercado, exigieron adaptación... llegamos a la conclusión que teníamos ventajas competitivas en tres áreas: telecomunicaciones, entretenimiento y embotelladoras de refrescos y cervezas... fue un proceso doloroso, durante el cual se hizo necesario vender negocios lucrativos, despedir personal y deshacer unilateralmente antiguas alianzas, como la de Pepsi Cola" (*El Universal*, 12.05.97).

"Somos un conjunto de empresas mejor que el de la CANTV, más moderno. No sólo pensamos en Venezuela, hay que pensar en todo el continente porque Venezuela no aguanta tanta inversión ni tanta expansión en el negocio de las telecomunicaciones" (*El Universal*, 14.05.97).

### ¿DÓNDE ESTÁ LA ODC?

Empresa	Ramo	Participación/país
Venevisión	televisión	100% Venezuela
Televen	televisión	25% Venezuela
Chilevisión	televisión	100% Chile
Galaxy Latin	televisión/	Internacional
America (DirectTV)	telecomunicaciones	20%
Univisión	televisión	25% EEUU
Cablevisión	televisión/ fibra óptica	Venezuela 100%
Caribbean Communications Network	televisión	20% Trinidad
Imagen Satelital	televisión	90% Argentina
Blockbuster	videos	100% Venezuela
Rodven	discos/espectáculos	100% Venezuela
Telcel	telefonía celular	35% Venezuela
VTel/Americatel	radiocomunicaciones	50% Venezuela Latinoamérica
Sprintel	telefonía a larga distancia	50% Latinoamérica
Panamco	gaseosas (Coca Cola)	10% Latinoamérica
Apple/NCR	computación	100% Venezuela

Fuente: *El Universal*, 13.10.96. Gerente, agosto 1996. *The Wall Street Journal Americas*, 18.09.96).

# Sociedad de la información y globalización en América Latina

Migdalia Pineda de Alcázar

## INTRODUCCION

El progreso científico y tecnológico en las sociedades industriales avanzadas ha ido produciendo un conjunto de cambios, resultado de un proceso continuo iniciado especialmente después de la Segunda Guerra Mundial, que ha sido definido como la Sociedad de la Información, cuyo rasgo más destacable consiste en la aparición de un nuevo tipo de tecnologías, basadas en el uso intensivo de la información y conocimientos y en el trabajo intelectual, denominadas Tecnologías de la Información.

Dentro de las estrategias de expansión de la Sociedad de la Información se encuentra la de impulsar la apertura de los mercados protegidos para las Nuevas Tecnologías, con el objeto de globalizar su introducción y consumo, ante lo cual se busca desreglamentar las Telecomunicaciones para abrirlas a la competencia del libre mercado y hacerlas llegar a través de sus redes nuevos servicios telemáticos al usuario común, independientemente del tipo de sociedad donde resida.

Sin embargo, como la Sociedad de la información no es un fenómeno generalizable en todos los países, debido a que la incorporación de los del Tercer Mundo es más lenta y tardía, incluso algunos de ellos no accederán sino a las etapas iniciales de introducción informática y comunicacional, podemos señalar que la



informatización como proceso asumido por toda la sociedad (Plaz, 1993) no será al menos para la mayoría de los países en desarrollo una tendencia dominante en los próximos años. Lo que sí se puede afirmar es que el acceso desigual es producto de condiciones estructurales también desiguales, que ponen en evidencia los obstáculos y limitaciones que puede encontrar la globalización de la Sociedad de la Información, en aquellas sociedades que presenten profundas desigualdades entre grupos sociales de individuos y entre zonas rurales y urbanas.

Ante la anterior realidad es que partimos de la hipótesis de que la disminución de parte de las desigualdades, en la Sociedad de la Información globalizada, no dependerá exclusivamente de las opciones tecnológicas sino también de las decisiones políticas que las acompañen, las cuales deberán ser adecuadas a las especificidades estructurales de cada país en concreto, sea éste desarrollado o no. (Pineda, 1990).

Fundamentalmente, se propone la necesidad de que América Latina defina Políticas Integrales de las Telecomunicaciones, mediante legislaciones y reglamentaciones que regulen los aspectos económicos, industriales y financieros de las tecnologías de la información, pero también que consideren los posibles efectos sociales, comunicativos y culturales de estas tecnologías, sobre todo en su aplicación en países no desarrollados, de manera que se garantice su aplicación para resolver problemas de bienestar social y colectivo.

## TELECOMUNICACIONES Y MERCADOS DESIGUALES

El crecimiento vertiginoso de las transformaciones ocurridas en el campo de las Nuevas Tecnologías de la Comunicación está obligando a los países y empresas productoras de las mismas a la búsqueda de salidas comerciales en mercados globalizados, los cuales se pretenden consolidar, una vez cubiertos los mercados nacionales, a través de alianzas estratégicas entre sectores antes inconexos y que hoy invierten en el campo de la informática, las telecomunicaciones y el sector audiovisual (Barreiro, 1995: 17).

Aunque la tendencia de la globali-

zación de los mercados es hoy bastante pronunciada en el sector de las Tecnologías de la Información (Santacruz, 1994: 48) y parece no haber vuelta atrás en este sentido, en el contexto de los países del Tercer Mundo la globalización adquiere características particulares que nos permiten predecir que este proceso no se impondrá de forma homogénea en todas las zonas del mundo, con lo cual la idea de "globalización" como estandarización de mercados para las tecnologías comienza a encontrar importantes obstáculos y desniveles.

Las inversiones en tecnología informática en América Latina no llegan a un tercio de la realizada en los países desarrollados y apenas representan un 5 por ciento del ingreso global, y aunque las ventas del sector informático se han triplicado en la región en los últimos diez años, previéndose que para dentro de cinco años las mismas se incrementen en un 15 por ciento, la mayor parte de ese crecimiento proviene de las compras realizadas por el sector financiero y gubernamental (*Panorama*, 11-10-95: 1-7).

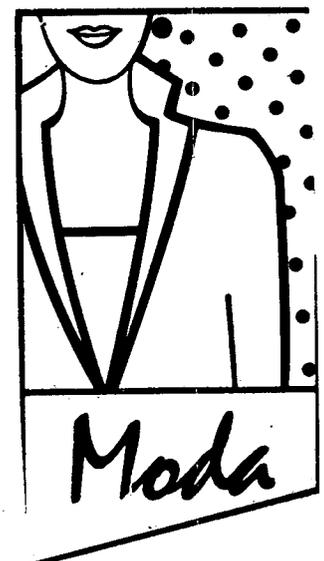
Las demandas del sector profesional independiente y del hogar, mercado Soho (Small Office Home Office), son menos significativas en la región; en Venezuela, de las 78 mil computadoras vendidas en el país, en 1994, sólo un 14 por ciento fue a parar al mercado Soho. Mientras que en los Estados Unidos, según un estudio realizado en mil hogares, el 33 por ciento de los hogares tienen un PC, cuando cinco años atrás sólo el 25 por ciento lo tenía, pero las probabilidades de comprar un computador crecen de acuerdo con el nivel de ingreso familiar; así vemos como en ese país aún hay desniveles, las familias con ingresos superiores a 50 mil dólares tienen veintiún y media de veces de mayores probabilidades de comprar un PC que las familias que perciben menos de 25 mil dólares (*El Nacional*, 4-09-95: C-1).

No hay duda de que la economía globalizada requiere de inversiones globalizadas, de mercados globalizados y de consumidores globalizados, y que en lo que respecta a los productos y servicios de las telecomunicaciones, la telemática y el audiovisual sólo tienen una rentabilidad financiera, en la medida en que su consumo y acceso tienden a popu-

larizarse no entre los grandes usuarios especializados sino fundamentalmente en el gran público, en el usuario común y corriente, y en la medida en que esas nuevas opciones tecnológicas buscan incidir en su vida diaria y en su espacio doméstico. Y aunque así lo comienzan a entender las grandes multinacionales del sector, aproximadamente entre 10 y 15 en todo el mundo (Pineda, 1995: 3), las cuales a través de las superautopistas de la información buscan resolver el problema del acceso universal a los servicios básicos de telecomunicaciones, como parte de la estrategia de ampliación de sus mercados para sobrevivir a la fuerte competencia que se presenta en el sector, todavía continúa siendo un desafío el cómo resolver los desniveles.

La Sociedad de la Información en su evolución globalizada busca abrir los accesos a los servicios de telefonía básica y de valor agregado como el correo electrónico, las redes informáticas como Internet con acceso a bancos de datos, y programas audiovisuales en multimedia. Sin embargo, esta estrategia encuentra serios problemas en los países en desarrollo que no cuentan con las infraestructuras básicas para que esos servicios universales puedan llegar a todos por igual, o que aun contando con parte de esa infraestructura no pueden garantizar el concepto de servicio público de éstos nuevos servicios, por estar montados bajo criterios de rentabilidad económica antes que social, ya que así lo exige el mercado globalizado.

En el caso venezolano, La Com-



pañía Nacional de Teléfonos (CANTV) ha hecho fuertes inversiones en equipamiento de las infraestructuras, para atender determinados segmentos del mercado nacional; por ejemplo, en 1994, invirtió cinco millones de dólares en una red digital de circuitos dedicados, para la transmisión simultánea de datos, voz y video, sólo dirigidos a las grandes corporaciones y empresas, no al usuario común (Revista *Comunicaciones* N° 6, 1994: 5).

En el seno de los países en desarrollo, esa situación planteará a la larga fuertes contradicciones que se reflejarán en nuestro modo de inserción en esa economía globalizada para los mercados de las nuevas tecnologías de la información, en otras palabras, la tendencia es a que nos convirtamos en mercados periféricos con todas las implicaciones que eso supone para nuestro desarrollo social (simples consumidores de esas tecnologías, pero sólo en ciertos estratos políticos, sociales y económicos o para los grandes clientes como las empresas privadas y las grandes corporaciones; no productores de innovaciones revolucionarias que supongan una modificación tajante de los procesos de producción de éstas tecnologías, sujetos pasivos de las políticas y estrategias de comercialización de estos productos tecnológicos y de sus programas).

Si bien es cierto que la Sociedad de la Información busca a la larga, conectar a todas las personas, independientemente de que se conozcan entre sí y de cuán distantes están, y

de que gracias a sus redes telemáticas o autopistas de la información se busca un modo de comunicación e información de acceso universal, no es menos cierto que detrás de esta filosofía de apertura, con la cual nació Internet, en 1969 -que en una primera etapa estuvo dedicada exclusivamente a servicios universitarios y científicos- a partir de 1991 se esconden fuertes intereses económicos para ofrecer servicios de conexiones mercantiles, comerciales y privadas, a través de su sistema de búsqueda de información interactivo World Wide Web (Web), que anteriormente eran ofrecidos como servicios en línea dedicadas privadas, independientes de Internet, o por los servicios tradicionales de comunicaciones y a unos costos más elevados. Mientras que, para 1993, enviar una página por correo electrónico vía Internet desde Nueva York a California, costaba un centavo y medio de dólar, por correo ascendía a veintinueve centavos y por fax a dos dólares (Carreón, 1995: 11-12).

Con ese traslado de los servicios de información en línea comerciales a Internet, se aumentan las posibilidades de que esta red de bajo costo, a la larga sea dominada por intereses netamente de rentabilidad económica y financiera, perdiéndose en parte la oportunidad de ofrecer un tipo de servicio más social y de acceso menos discriminado, que no tiene cabida a través de las redes privadas como CompuServe Inc., America Online Inc. y Prodigy Services Co. (*El Nacional*, 19-01-96: 6).

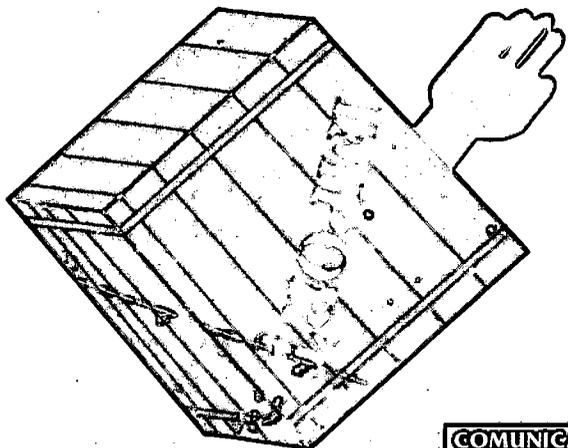
La constatación de que los capitales privados, anteriormente no interesados en invertir en el sector de las telecomunicaciones y del audiovisual, por considerarlos poco rentables y de interés público del Estado, cada vez más se fusionan y concentran para incursionar en el área de los nuevos servicios multimedia y telemáticos, nos permite pensar que la universalidad futura de la Sociedad de la Información tendrá sus excepciones para aquellos países, personas o instituciones que no dispongan de las infraestructuras y los recursos necesarios para acceder a los servicios globalizados los cuales serán cada vez más privatizados y comerciales.

En América Latina, los servicios de información en línea privados no

están tan arraigados como sí lo están en los Estados Unidos, Europa y Asia, los servicios de conexión con Internet son todavía baratos en comparación con los servicios privados y no ha llegado la competencia del sector hasta el punto de poder hablar de una guerra de precios, como la que se presenta en los países más desarrollados (*El Nacional*, ídem). Eso podría constituirse en una desventaja comparativa para los ciudadanos latinoamericanos o a lo mejor en una ventaja al no pertenecer a un circuito comercial-privado de acceso a la información y la comunicación que cada vez compulsará a los sujetos a un comportamiento de comprador indetenible de aparatos sofisticados de comunicación, a los cuales no se les saca todo su potencial, o por falta de tiempo o por falta de conocimientos para hacerlo.

De lo que no cabe duda es que hay una desigualdad real, como se refleja en el hecho de que la tendencia es a ofrecer servicios personalizados de alto costo, no accesibles para todos los ciudadanos. En Venezuela, por ejemplo, CONATEL estima que para los próximos años sólo la cuarta parte de la población venezolana (entre cinco y seis millones de personas), puedan tener acceso a los servicios de valor agregado de las telecomunicaciones y la informática (*Panorama*, 1-03-96: 4-8), lo cual impide hablar de una Sociedad de la Información igualitaria para todos, gracias a sus mercados globalizados y de acceso universal a los diferentes modos u opciones de información y de comunicación. Lo más probable es que esa imposibilidad contribuya a incrementar las diferencias, y que es allí donde se debería insertar la reflexión sobre la economía globalizada en la sociedad de la información.

En otros trabajos (Pineda, 1994; Pineda 1995 y Pineda, 1996) ya habíamos insistido en que uno de los principales obstáculos para el acceso de los países no desarrollados a los servicios de información universales, lo constituye la no disponibilidad de las infraestructuras mínimas para poder recibir dichos servicios; el poco desarrollo de la telefonía básica, de los servicios postales y de los servicios clásicos de los medios de comunicación (señales de televisión, cobertura de los periódicos, de la radio y de las salas de cine) es una



realidad en la mayor parte de los países pobres y nos habla de una disponibilidad discriminada de infraestructuras mínimas para el acceso a los diversos y crecientes flujos de información y de comunicación, concentrados en las zonas urbanas y en los barrios residenciales de las clases media-alta y alta. De manera que es muy difícil pensar desde nuestro contexto en un acceso universal a los nuevos servicios de información telemáticos, que son en el fondo los que sostendrían a un mercado globalizado para las nuevas tecnologías, porque son los servicios que ya han demostrado la generación de altos índices de valor agregado en los mercados mundiales, ya que ciertos servicios necesitan disponer de infraestructuras básicas de telefonía y señales de televisión por satélite y cable todavía no existen en gran parte de los países en desarrollo, con una cobertura que abarque a todo el territorio y a todos los grupos y zonas.

Las estrategias de las multinacionales del sector de las telecomunicaciones buscarán superar estos obstáculos de acceso y limitaciones para garantizar a sus productos tecnológicos y a sus servicios los mercados globalizados. Como parte de esas estrategias, se encuentra la incursión de los capitales privados extranjeros en la adquisición de la mayoría de las acciones de las Compañías, anteriormente estatales, de telefonía básica de los países en desarrollo. En América Latina, hemos asistido a las privatizaciones de las telefonías de Venezuela (CANTV), de Chile (CTC y Entel), de México (Telmex), de Perú (Telefonía del Perú) y de Argentina (Telecom y Telefónica), (Bachel, 1995: 26-34 y Ramírez, 1996: 52-54), como parte de las nuevas modalidades de inserción del capital privado transnacional en nuestras realidades. La filosofía de estas adquisiciones tiene como norte poder incursionar directamente desde adentro en el mercado de los servicios de valor agregado (televisión por cable, por satélite, venta de datos informáticos, programas en multimedia, correo electrónico, telefonía celular o móvil) y poder ampliar desde el país receptor las redes básicas de teléfonos, las coberturas por satélites y por ondas de radio a través de las cuales hacer llegar esos servicios

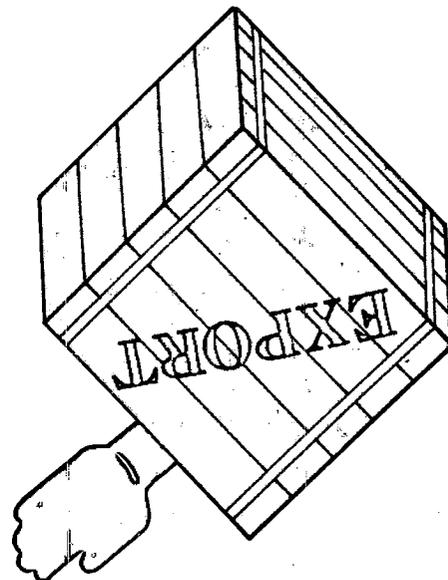
directamente a los hogares de los usuarios.

Sin embargo, la anterior estrategia, nunca ha estado animada por la inversión en servicios básicos vitales para el desarrollo de las regiones o grupos deprimidos de los países en desarrollo, el carácter de las inversiones de los capitales privados ha tendido a ser básicamente de tipo privado-comercial y hasta los momentos no ha significado una mejora significativa de los servicios de telecomunicaciones básicas, dirigidos a las zonas rurales y los grupos sociales de menor poder adquisitivo ubicados en las zonas urbanas.

Si bien es cierto que la mayoría de la población venezolana, el 75 por ciento, vive en áreas metropolitanas, la mayoría de la población de las grandes ciudades vive en zonas pobres (*Panorama*, 3-06-96: 1-9) por lo cual muchos no tienen acceso a los servicios básicos o nuevos de telecomunicaciones aunque vivan en las ciudades, debido a su bajo poder adquisitivo.

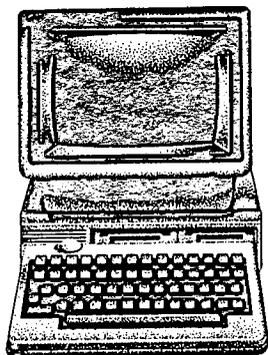
Por otra parte, en nuestro país, la CANTV invirtió, para 1994, 705 millones de dólares para instalar 450 mil nuevas líneas telefónicas e incorporar a 370 mil nuevos clientes, pero la distribución nacional de estas nuevas líneas estuvo repartida en las grandes capitales de las zonas urbanas, a saber, un 27 por ciento a la región capital (Distrito Federal y Estado Miranda), un 18 por ciento a la región Oriental (Pto. La Cruz, Margarita), un 15 por ciento a la región Nor-Occidental (Zulia y Falcón) y un 10 por ciento para cada una de las regiones centrales, donde hay mayor pobreza crítica (Carabobo-Cojedes, Centro Llano, Centro Occidental y los Andes), (*Revista Comunicaciones* N° 5, 1994: 1).

Por lo que respecta al tendido de la fibra óptica en el país, a través de la cual podrían llegar a los usuarios los nuevos servicios telemáticos, para el mismo año de 1994, el tendido de cable de 2.500 kilómetros solamente conectó a las grandes capitales del país como Caracas, Maracay, Valencia, Barquisimeto y Puerto La Cruz, mientras que las costas venezolanas, desde Maracaibo hasta Carúpano, fueron cubiertas con un cable submarino de 1.400 kilómetros de longitud (*Revista Comunicaciones* N° 5, 1994: 9 y 13).



Es apenas, para 1996, cuando el Consejo Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL) anuncia que realizará inversiones en la telefonía rural para aquellas poblaciones de hasta cinco mil habitantes que aún no disponen de ningún tipo de servicio telefónico, previéndose que para el Estado Zulia, el segundo en importancia del país, serían invertidos unos 40 millones de dólares para atender a sólo un tercio de la población rural de la región (*Panorama*, 28-02-96: 4-1), mientras que las dos empresas que explotan el servicio de telefonía celular, la de carácter privado, TELCEL, invirtió en 1994, 70 millones de dólares, casi el doble, para mejorar las llamadas en la zona de la capital, (*Panorama*, 3-09-94: 4-10) y la perteneciente a la CANTV, Movilnet, para el mismo año invirtió en telefonía celular y servicios de Caveguías (guías telefónicas), 79 millones de dólares, aproximadamente un 11 por ciento del total de sus inversiones (*Revista Comunicaciones* N° 5, 1994: 9), servicios que por sus costos solamente son utilizados por sectores determinados en nuestro país, con lo cual se refleja la desproporción entre las inversiones de las zonas urbanas y las zonas rurales en el país y entre los distintos grupos de población.

El desequilibrio es todavía mayor cuando se observa que para 1996, CONATEL estima que el sector telecomunicaciones aportaría al fisco nacional unos 500 mil millones de bolívares, la mayor contribución al



fisco de la industria petrolera, sector que manifiesta un crecimiento de un 80 por ciento en los últimos cinco años (*Panorama*, 29-02-96: 4-1), ganancias que no se ven reinvertidas en servicios básicos de telecomunicaciones distribuidos equitativamente por zonas y grupos sociales en el país.

Además, no hay probabilidades ciertas que con la apertura y privatización de las Telecomunicaciones en la región de América Latina se reduzcan las disparidades en el tráfico internacional en la zona, que hacen que entren tres minutos de llamadas por cada minuto que sale (Bachellet, 1995:30) lo cual incide en el hecho de que nuestras tarifas en llamadas internacionales sean más elevadas que las de los países desarrollados, para poder compensar el desnivel de tres a uno, con lo cual se ve afectado el nivel de acceso al discado internacional de nuestros ciudadanos en comparación a los países más ricos.

A esos indicadores habría que añadir el hecho de que los mercados globalizados podrían encontrar barreras culturales que, al combinarse con la realidad económica de los países pobres, se podrían convertir en fuertes limitaciones para el objetivo de rentabilidad económica que buscan los nuevos servicios. Por ejemplo, en el caso de los servicios postales clásicos, es un hecho que en América Latina, a pesar del atraso en la prestación del mismo, existe una tradición cultural bastante arraigada

para su utilización, lo cual combinado con su bajo costo influye en su pervivencia como modo de envío de cartas, mensajes, facturaciones, etc. A pesar de que los servicios de correos privados han proliferado en la región y ofrecen una rapidez superior en los tiempos de entrega, los servicios postales públicos continúan manejando volúmenes significativos de reparto de piezas postales y telegramas, como es el caso del Instituto Postal de Venezuela (IPOSTEL), que solamente en la región de Maracaibo reparte mensualmente unas 738 mil piezas postales y unos 10 mil telegramas (*Panorama*, 22-05-96: 4-6).

El acceso universal a los servicios de la Sociedad de la Información, no es posible sin unas estructuras de telecomunicaciones adecuadas no sólo en el espectro internacional sino nacional y hasta local, y sin una disposición de los usuarios a invertir tiempo, dinero y recursos tecnológicos para la recepción de esos servicios. De modo que el usuario potencial de esas nuevas tecnologías y servicios es también un factor determinante para garantizar la globalización de los mercados y en este punto es donde se encuentra uno de los principales escollos para la integración de los mercados cautivos de los países en desarrollo, porque es el que más evidencia las desigualdades en términos de consumidores-tipo para estas tecnologías.

Por otra parte, habría que tener en cuenta que a pesar de que el equipamiento de las infraestructuras y nuevos productos exista en nuestros mercados dependientes, haría falta una demanda significativa de los nuevos servicios que depende en gran parte de la disponibilidad de los usuarios. Es de prever, que esa demanda sea más alta en los sectores productivos, dirigentes, empresariales y profesionales de la región, quienes requieren de estas tecnologías y servicios para sus funciones laborales y personales. El usuario común encuentra muchos impedimentos económicos para acceder a los servicios privatizados de la superautopista de la información.

Frente a una realidad de pobreza extrema de la mayoría de los países de la región, que en el caso venezolano asciende casi a un 80 por ciento, y en otros países oscila entre un 60 y 70 por ciento; ante una

situación de inflación galopante en casi todos los países de la región especialmente en Venezuela, México y Uruguay, encontrándose Venezuela, según el Banco Central, en el primer lugar, hasta mayo de 1996, con un 51,5 por ciento de inflación acumulada y que ha hecho que el venezolano haya perdido su poder adquisitivo ante los constantes aumentos de precios que han producido un incremento del 64,10 por ciento en la Cesta Básica de Consumo Alimentario (*Panorama*, 27-05-96: 4-10; 2-06-96:1-6 y 4-06-96: 4-4) frente a los altos índices de desempleo en la región, que oscilan entre un 12 a un 25 por ciento y el predominio de mano de obra no cualificada; y ante un recrudescimiento de las enfermedades endémicas de la zona (cólera, encefalitis equina, diarreas crónicas y enfermedades infecto-contagiosas); es difícil pensar que la apertura universal de la globalización telemática y la divulgada recuperación económica de la región, anunciada por el Fondo Monetario Internacional, resolverán por sí solas los problemas básicos de desarrollo de las poblaciones mayoritarias de América Latina, cuya pobreza extrema ha aumentado en lugar de disminuir.

Por eso debemos reflexionar sobre hacia dónde nos dirigimos con la Sociedad de la Información y con su economía globalizada. Acaso nos dirigimos realmente hacia una sociedad universalmente abierta, como expresión de una sociedad igualitaria, o por el contrario estamos más cerca de una sociedad con una economía cada vez más inhumana que privilegia los intereses comerciales-empresariales por encima de los sociales y colectivos.

Organismos internacionales, fundaciones y expertos han comenzado a manifestar su preocupación por los impactos negativos del desarrollo científico y tecnológico en la naturaleza, en el hombre y en la sociedad. Incluso, el Club de Roma ha señalado el peligro de la tendencia deshumanizante de la sociedad globalizada con sus mercados desregulados y flexibles y abiertos a la competitividad comercial, que podrían aumentar las disparidades entre ricos y pobres y entre países desarrollados o no (*El País*, 8-10-95: 8).

La cuestión de cómo América latina accederá al futuro no es técnica

ni económica. Uno de los máximos expertos en materia de tecnología de satélites, Ernest Simo, ya ha señalado que uno de los puntos cruciales para la región en materia de desarrollo de las nuevas tecnologías, es la decisión política que defina el destino de la región en el tendido de la superautopista de la información (Blanco, 1994: 14).

La decisión política requiere necesariamente de la definición de mecanismos reguladores que eviten los desequilibrios y las desventajas comparativas para zonas del mundo y grupos sociales.

### POR UNA POLÍTICA INTEGRAL DE TELECOMUNICACIONES

Frente al panorama definido en el apartado anterior, podríamos concluir que el ciudadano común y corriente de América Latina se encuentra en situación de desventaja y desprotección con relación a las decisiones que toman las empresas

ha considerado la dimensión social y no rentable de la aplicación de las novedades tecnológicas en nuestra región.

El interés mostrado por las grandes compañías internacionales privadas por invertir en las telecomunicaciones regionales, responde a una motivación de ampliación de mercados para sus ganancias, que esperan ver garantizadas en clima de apertura y desregulación de este sector en la mayoría de nuestros países.

Esa desregulación significa, además de la privatización de las compañías telefónicas nacionales, la posibilidad de disponer de leyes y controles flexibles para el capital transnacional que en profunda alianza con el capital nacional, público o privado, se convierten en los protagonistas centrales de las decisiones políticas para la definición de las correspondientes legislaciones y reglamentos en el sector.

Los Estados regionales, bajo la presión de la crisis económica y de la necesidad de lograr una apertura de los mercados para las nuevas tecnologías de la información a modo de obtener ingresos al fisco, están cada vez más cediendo su lugar al capital privado, el cual intentará disponer de leyes y reglamentos que favorezcan su desenvolvimiento financiero en nuestros mercados internos con el mínimo de obstáculos y la máxima ganancia.

Ante esta situación, lo más probable es que se busque definir una legislación desregulatoria del sector de las telecomunicaciones que se acojan a los mercados globales y a sus intereses económicos-industriales. Lo que todavía no está muy claro, es si estas nuevas reglamentaciones garantizarían el concepto de servicio público que debe prevalecer como filosofía de regulación de los nuevos servicios y medios de información y de comunicación, para orientar la aplicación de estos servicios y medios hacia la cobertura de necesidades sociales de información y comunicación y no solamente hacia la cobertura de los intereses de rentabilidad de las multinacionales del sector y las empresas operadoras y prestatarias de los servicios.

Para la integración de Políticas Regionales de Telecomunicaciones, resulta fundamental que los Estados tomen decisiones políticas conjuntas,

en el contexto de un clima de integración de medidas y orientaciones, que aunque permitan la flexibilización y apertura a la competencia, porque no se puede retroceder al pasado, garanticen que los derechos ciudadanos de acceso a la información y la comunicación estén protegidos, independientemente de qué zonas del mundo o grupos sociales se traten.

Por un lado, en el seno de los países de América Latina se han producido pronunciamientos de algunos organismos de planificación gubernamental o privados, donde se indica que las telecomunicaciones son un sector fundamental para el logro de la integración regional. El Sistema Económico Latinoamericano (SELA), en sus diez mandamientos para lograr culminar con la integración regional habla de la necesidad de permitir la integración física a través de obras de infraestructura, transporte y telecomunicaciones (*Panorama*, 28-05-96: 1-5). Por el otro, organismos políticos internacionales como la Unión Europea (UE) y empresarios internacionales del sector han manifestado su interés en proyectos de integración en telecomunicaciones, como el del corredor andino de telecomunicaciones y el proyecto del Satélite "Simón Bolívar", ambos de los países del Pacto Andino (*Panorama*, 16-10-95: 1-4).

Estas acciones han sido acompañadas con planes concretos de integración en telecomunicaciones como son los casos de la instalación del Primer Canal de Satélites del MERCOSUR, APE TV, que cubre con su señal a Chile, Argentina, Paraguay, Uruguay y Brasil, y cuyo carácter gratuito lo hace un canal de servicio para los habitantes del sur de América Latina, con un perfil netamente latinoamericano (García, 1995:17); y el caso del plan conjunto de las Compañías Telefónicas de Venezuela y Colombia (CANTV y Telecom) para la instalación de nuevos enlaces de microondas digitales y un cable submarino de fibra óptica como infraestructuras básicas para lograr la integración binacional, de acuerdo a los requerimientos de la Comisión Binacional de Asuntos Fronterizos, El Grupo de los Tres y El Grupo de Río (Revista *Comunicaciones* N° 5. Ob.cit: 18).

Pero a pesar de estas iniciativas,



de telecomunicaciones y los organismos estratégicos del sector. La mayor parte de los planes y proyectos de crecimiento y desarrollo en telecomunicaciones se ha hecho pensando en un usuario que tendrá disponibilidades económicas para disfrutar de los servicios a ofrecer pero no se

lo que preocupa a los investigadores, expertos, organismos no gubernamentales y asociaciones de la sociedad civil es el binomio: privatización vs servicio público de las telecomunicaciones, lo cual obliga a realizar una revisión profunda de las antiguas leyes de telecomunicaciones, pero también a buscar los mecanismos de participación e inserción de los ciudadanos en la definición de las políticas de telecomunicaciones en la zona.

El sector de las telecomunicaciones resulta estratégico no solamente por su potencial económico para quienes exploten sus productos y servicios, sobre todo los de valor agregado, sino por sus implicaciones sociales y culturales, ya que ellos no tienen ninguna aplicación hacia el usuario común a menos que vayan acompañados de unos contenidos; los soportes de telecomunicaciones transportan unos programas y contenidos que deberán ser regulados mediante leyes para evitar las distorsiones culturales, éticas o ideológicas que podrían ocasionar su difusión incontrolada. De modo que una revisión de las actuales leyes del sector en la región no debe centrarse exclusivamente en la regulación de los equipos, redes, hardware y soportes físicos en general sino fundamentalmente en los contenidos a transportar mediante los nuevos servicios de televisión por cable, por satélite y por redes informáticas.

Al abarcar esa otra cara de la ley, la de los contenidos, la regulación se convierte en tema de interés no solamente de las multinacionales que desean invertir en el sector, que en una negociación con los Estados nacionales y los entes locales encargados de las políticas de telecomunicaciones (compañías telefónicas nacionales, organismos reguladores del Estado) buscan garantías de apertura de los mercados, sino también de otros grupos de las sociedades latinoamericanas preocupados por el destino social de esta apertura en el sector (asociaciones de vecinos, la iglesia, organismos de protección de la mujer, la infancia y el menor, asociaciones de espectadores y usuarios de los servicios) (Safar y Pasquali, 1992).

En el caso concreto de Venezuela, la Ley de Telecomunicaciones data de 1940, la cual se ha quedado

desfasada frente a los procesos de cambios ocurridos en el sector con la inserción de nuevas tecnologías, la globalización de los mercados y de las normas internacionales. En la actualidad, la CANTV, conjuntamente con Conintel (Consejo nacional de Informática, Telecomunicaciones y Electrónica), ha presentado al Congreso de la República, las observaciones del sector privado al Proyecto de Reforma de la mencionada ley (Revista *Comunicaciones* N°9, 1995: 7).

Estas dos entidades de carácter privado, agrupan a las empresas del sector y esperan entrar en negociaciones con el organismo público regulador del sector, CONATEL (Comisión Nacional de Telecomunicaciones), creado en 1991, el cual depende del Ministerio de Transporte y Telecomunicaciones y que será el encargado de regular, ordenar y controlar las operaciones de prestación de servicios. De manera que le corresponde a esta Comisión defender los derechos de los usuarios, regular las tarifas, promover la apertura de nuevos servicios, otorgar permisos y concesiones y supervisar la calidad en la prestación de los servicios de telecomunicaciones (Guevara, 1994: 14-22).

No obstante, para que se pueda hablar de una reforma integral del sector de las telecomunicaciones, tendrían que plantearse otras propuestas de ley en áreas de la información y la comunicación social que, ante la convergencia posible con las nuevas tecnologías entre telecomunicaciones, informática y el audiovisual, resultan complementarias e indispensables sobre todo en lo que tiene que ver con normar los contenidos a transportar por los nuevos soportes de telecomunicaciones.

Esas nuevas leyes, ajenas a las ramas clásicas del ejercicio del periodismo, supondrían cambios jurídicos relevantes para la radio y la televisión, para la libertad de expresión y para el desarrollo equilibrado de los medios regionales. En este sentido, CORDIPLAN ha presentado una propuesta de cooperación para participar en la elaboración de políticas de comunicación en el sector de los medios, igualmente lo ha hecho la COPRE sobre la propuesta de un Proyecto de Reglamentación de la Radio y la Televisión de Servicio

Público, además el Comité por una Radio y Televisión de Servicio Público (CRTP) ha presentado también otro proyecto de Ley de Radio y TV de Servicio Público (Safar y Pasquali, 1992); por su parte, el Congreso ha nombrado una comisión para que redacte la Ley sobre la Libertad de Expresión y el Consejo Venezolano de la Enseñanza y la Investigación de la Comunicación Social (CONVEIC) ha planteado la necesidad de definir una ley de desarrollo regional de los medios.

Tampoco existe en el país, una Política de Comunicación Integral que sirva de marco al desarrollo de los procesos de apertura y privatización que también se tienden a iniciar en el campo de las telecomunicaciones, a modo de poder consolidar una concepción de la radio y televisión de servicio público, para garantizar a la población sus derechos a la información y la comunicación libre, pública y gratuita (Oberto, 1995: 2-2).

Todas estas iniciativas que serían



complementarias a la Ley de Telecomunicaciones y afectarían profundamente el panorama del sector de los medios en su integración con los nuevos servicios telemáticos, no servirían de nada, en lo que tiene que ver con aplicar las comunicaciones con nuestro desarrollo, sino ayudan

a afianzar la apertura democrática de la sociedad, mediante la participación de los que van a sufrir las consecuencias de la presencia de las tecnologías de la información y sus servicios en nuestros países.

La participación no puede limitarse sólo al ámbito de las instituciones políticas, tiene que extenderse a la sociedad civil... El problema estriba en la concepción del cambio tecnológico dominante en nuestras sociedades: como un fenómeno autónomo, que responde a su propia lógica interna, siendo por lo tanto necesario e inevitable; como la consecuencia de una revolución tecnológica aparentemente ajena a las fuerzas y poderes sociales, ante la cual sólo cabe tratar de aliviar sus posibles consecuencias negativas y aprovechar al máximo sus potencialidades, como si de un fenómeno natural se tratara" (Zubero, 1996: 34).

## CONCLUSIONES

La globalización de los mercados, que exige la Sociedad de la Información, no es una tendencia homogénea, debido a que existe un acceso desigual entre países, zonas del mundo e individuos, lo cual es bastante evidente en América Latina.

Aunque la economía globalizada exige inversiones, mercados y consumidores globalizados para poder obtener ganancias globalizadas, existen fuertes obstáculos y limitaciones en el seno de los países en desarrollo para que ello sea posible.

Frente a los profundos desniveles en el acceso a la Sociedad de la Información para los sectores sociales, individuos y poblaciones rurales en la América Latina, resulta difícil resolver la paradoja de cómo hacer universales y globalizados los servicios ofrecidos por las nuevas tecnologías cuando ellos se insertan en la región siguiendo los patrones comerciales-privados y de máxima rentabilidad, con lo cual sólo se hacen disponibles para algunos pero no para toda la sociedad. Si el usuario es uno de los sectores más determinantes en las estrategias de globalización, es decir, si lo importante es hacer llegar los nuevos servicios no a los grandes usuarios sino al ciudadano común en su espacio doméstico, cómo superar las limitaciones de acceso de los

sectores menos pudientes de América Latina.

La tendencia dominante es hacia la comercialización progresiva de las nuevas tecnologías de la información, tal como lo muestra el caso de Internet, que se está viendo invadida por servicios comerciales de compañías internacionales. Ante esa situación, lo más probable es que América Latina se convierta en mercado periférico con sus consiguientes consecuencias (simples consumidores, no productores de innovaciones en el campo y sujetos pasivos en los procesos de comercialización de esas tecnologías), para nuestro desarrollo social).

Se plantea entonces la necesidad de establecer mecanismos reguladores que a través de una Política Integral de Telecomunicaciones, garantice el servicio público de las comunicaciones y el derecho a tener acceso a la información y a la comunicación, porque si las telecomunicaciones tienen un valor económico innegable, como generadores de alto valor agregado, también tienen un altísimo valor cultural y social ya que su razón última es transportar unos contenidos o programas a los usuarios, los cuales deben estar sujetos a normativas y regulaciones para garantizar sus aplicaciones en el beneficio de la sociedad.

## BIBLIOGRAFÍA

- Bachetel, Pablo, 1995. "Telefonic Park". Revista *América Economía* N° 96. Argentina, junio.
- Barreiro de las Llanderas, Juan, 1995. "Servicios globales". *Boletín Fundesco* N° 161. Madrid, diciembre.
- Blanco, Epifanio, 1994. "¿Una autopista demasiado lejana?". Revista *Visión*. México, septiembre.
- Cancón, Juan, 1995. "Un nuevo mundo". Revista *Internet* N° 1, Año 1. México.
- Diario *El Nacional*, 4-09-94. "El PC como electrodoméstico". Cuerpo: Ciberespacio. Caracas, C-1.
- Diario *El Nacional*, 19-01-96. "Internet amenaza la rentabilidad de los servicios en línea". Caracas, 6/Economía.
- Diario *El País*, 08-10-95. "La otra bola de cristal". Suplemento Domingo. Madrid.
- Diario *Panorama*, 3-9-94. "70 millones para mejorar las llamadas". Maracaibo.
- Diario *Panorama*, 11-10-95. "IBM prevé crecimiento del 15 por ciento en América Latina". Maracaibo.
- Diario *Panorama*, 28-10-96. "Invertirán 40 millones de dólares en telefonía rural para el Zulia". Maracaibo.
- Diario *Panorama*, 29-02-96. "500 millones aportará al fisco el sector de las

telecomunicaciones". Maracaibo.

- Diario *Panorama*, 1-03-96. "Cinco millones de venezolanos se incorporan a la red Internet". Maracaibo.
- Diario *Panorama*, 22-05-96. "Ipostel reparte 10 mil telegramas en Maracaibo". Maracaibo. p. 4-6
- Diario *Panorama*, 22-05-96. Sela presenta diez mandamientos para integración en América Latina". Maracaibo. p. 1-5
- Diario *Panorama*, 27-05-96. "Brutal caída del poder adquisitivo". Maracaibo.
- Diario *Panorama*, 2-06-96. "Entre 12 y 13 por ciento se situó inflación en mayo". Maracaibo.
- Diario *Panorama*, 3-06-96. "75 por ciento vive en áreas metropolitanas". Maracaibo.
- García, Serrana, 1995. "Primer Canal Satelital del mercosur". Revista *Candela*. AUC: Montevideo, junio/septiembre.
- Guevara, Ira, 1994. "Venezuela se telematiza". Revista *Comunicación* N° 88. Centro Gumilla. Caracas, cuarto trimestre.
- Oberto, Luis Enrique, 1995. "¿Privatización y Televisión de servicio público?". Diario *El Universal*. Caracas, Agosto. C. Opinión.
- Pineda, Migdalia, 1990. *Nuevas Tecnologías de la Información y Política Nacionales de Comunicación: primeros pasos en Europa / Algunas reflexiones para América Latina*. Trabajo de ascenso titular. LUZ. Maracaibo.
- Pineda, Migdalia, 1994. "Hacia una Planificación de las Nuevas Tecnologías en América Latina". Revista *Opción* N° 14. Año 10. FEC/LUZ. Maracaibo, septiembre.
- Pineda, Migdalia, 1995. "Telecomunicaciones: Desequilibrios, Globalización y Diversidad Cultural". Revista *Opción* N° 16. Año 11. FEC/LUZ. Maracaibo, septiembre.
- Pineda, Migdalia, 1996. *Sociedad de la Información, Nuevas Tecnologías y Medios Masivos*. Ediluz. Maracaibo.
- Plaz Power, Irene, 1993. *La informática en la sociedad venezolana*. UCV/CDCH. Caracas.
- Ramírez, José Antonio, 1996. "Telecomunicaciones: Tecnología de vanguardia presente en México". Revista *Byte*. México, enero.
- Revista *Comunicaciones* N° 5, 1994. "La integración funciona en las telecomunicaciones". CANTV. Caracas, marzo. Año VII, p.18.
- Revista *Comunicaciones* N° 5, 1994. "Otro récord en inversiones". P. 1, 8-13.
- Revista *Comunicaciones* N° 6, 1994. "La nueva autopista de la información: voz, datos y video por el canal rápido". CANTV. Caracas, mayo. Año VII. P. 4-5.
- Revista *Comunicaciones* N° 9, 1995. "Cantv batalla por una nueva ley de telecomunicaciones". CANTV. Caracas, mayo. Año VII, p. 7.
- Safar, Elizabeth y Pasquali, Antonio, 1992. *La Comunicación Social: Memoria de un país en subasta*. ULA/CRTP. Mérida.
- Santacruz, Lino, 1994. "El futuro cercano de las telecomunicaciones". Revista *Mexicana de Comunicación*. N° 36. N° VII. Fundación Manuel Buendía. México, agosto/ septiembre.
- Zubero, Imanol, 1996. "Participación y Democracia antes las Nuevas Tecnologías". *Telos* N° 45. Madrid, marzo-mayo.

## Proyecto para la instalación de una Red Radial de Fronteras

Gustavo Villamizar Durán

### I.- ¿POR QUÉ UNA RED RADIAL DE FRONTERAS?

#### 1.1.- Por la región y la frontera

El Táchira y la región sudoeste en general, son sobre todo y fundamentalmente una frontera con la República de Colombia, la cual ocupa una importante lonja de tierra. De manera que además de su condición de provincia, lo cual deviene en "karma" en nuestro modelo centralista, el Táchira carga sobre sí la etiqueta de frontera, carácter sinónimo de abandono en la tradición política venezolana.

Igualmente, la situación económica que en términos generales vive el país ha castigado con mucha fuerza a las poblaciones interioranas y ha marcado de manera concomitante un crecimiento acelerado de la capital y el área metropolitana, forzado éste por la migración constante. Ello va señalando un crecimiento desproporcionado y anárquico del área capital, con su correspondiente desorden urbanístico y la crisis de los servicios públicos.

Al mismo tiempo, va aumentando el número de poblaciones deprimidas en lo económico, desamparadas en lo social y aisladas en lo cultural. Poblaciones tradicionalmente ausentes de los planes y programas de desarrollo, diseñados por organismos que hacia el interior de la región reproducen el detestable modelo centro-periferia, del cual nos hacen víctimas desde la capital.

Ahora bien, estas poblaciones no

COMUNICACION



obstante su circunstancia actual, constituyen sin duda los hitos humanos de la frontera nacional. Igualmente, son centros asentados en tierras tradicionalmente productivas, cuyas gentes se caracterizan por una indudable vocación al trabajo y un alto sentido de la solidaridad.

De manera que hay elementos que pueden servir de base para enmendar el camino andado en materia de fronteras por nuestro país. Comparcen aquí ingredientes envidiables para el diseño de planes ambiciosos: la probada riqueza de nuestra actividad agropecuaria, la tradicional vocación por las tareas del campo de nuestras gentes, la disposición al trabajo y el indudable arraigo en sus valles y montañas.

En medio de la necesidad de tales planes, surge la exigencia de una visión diferente de la frontera, de tal suerte que podamos superar la vieja concepción de ésta como problema, rémora o casi maldición y avanzar a las modernas tesis de la globalización, según las cuales las fronteras son los espacios idóneos para el intercambio y la integración y, por tanto, zonas de creciente valorización económica.

Sólo la puesta en vigencia de tesis como estas puede hacernos avanzar sin miedo hacia la integración. Somos sin duda una nación con una débil identidad y por ello temerosa de fundirse o desaparecer avasallada en los procesos de intercambio. Necesitamos asumir con éxito los procesos de integración, pero igualmente desde lo cultural, requerimos de la convicción de la sobrevivencia como pueblo. Urgimos por tanto de elementos que en lo cultural nos asienten, nos afirmen y nos dispongan de la mejor manera para compartir, confrontar e intercambiar sin el temor a la desaparición.

En medio de esta crisis, situación de necesidad por demás, la radio comunitaria puede significar un mecanismo de invaluable contribución en las tareas de estímulo, organización y orientación de las comunidades hacia el logro de los mejores fines para su beneficio. La radio puede ser el bastión de afirmación cultural requerida, al tiempo que el elemento movilizador ausente hoy en la mayoría de esas comunidades.

Un medio como la radio no pierde fuerza por el hecho de ser pensado en

pequeñas dimensiones. Antes bien, se hará más parecido a la condición humilde de sus gentes y por tanto podrá responder de mejor manera a sus necesidades. La radio comunitaria instalada en las poblaciones asentadas en la región de frontera, en razón del modelo comunicacional que utiliza, puede ser un elemento básico en la orientación, organización y movilización de los pobladores hacia las acciones que hagan pasar la crisis de "miedo a creer" a "medio para crear".

### 1.2.- Por la radio

Tal cual esbozamos anteriormente, nuestra región carece, frente a la integración y la dinámica fronteriza en términos generales, de una identidad base lo suficientemente sólida como para superar el temor al acercamiento sin entrega. Ello ha aupado en no pocas oportunidades actitudes de recelo o desconfianza ante procesos que implican comparecer, compartir, confrontar y competir.

Al mismo tiempo, los grandes medios regionales reproducen frente a las poblaciones interioranas, el comportamiento que hacia la provincia muestran los grandes medios nacionales: ignorancia absoluta. Ello, acompañado de la adopción de esquemas y patrones "universalizantes" impuestos por circuitos y programadoras, hacen que lo nuestro no aparezca como relevante. De tal manera que cuando se mencionan problemas, logros o realizaciones de nuestros pueblos, se plantean dentro de una suerte de cuadro pintoresco que acompaña la vida de ellos y sus gentes.

Nuestros grandes medios, la radio en particular, poco a poco han ido desarraigándose, hasta alcanzar la patética situación de divorcio con nuestra realidad que muestran hoy día. No hay duda que la radio comercial del Táchira no se parece a nuestras gentes, no vibra con sus esperanzas, anhelos e inquietudes y por supuesto, no tiene interés en las cosas que le afectan.

Esta situación, preocupante de por sí, no parece tener solución en lo inmediato en razón de: 1) El modelo comunicacional vigente, unidireccional, según el cual el receptor es sólo y simplemente eso, sin posibilidades de modificación de su rol. 2) El patrón programático, presun-

tamente universal, el cual les lleva a despreciar lo nuestro por parroquiano, provinciano, localista e irrelevante.

En estas circunstancias, en las que se produce de hecho un aislamiento comunicacional de esas comunidades, la posibilidad de experimentar con medios manejados por las comunidades, cercanos a sus problemáticas y formas de vida, ofrece una posibilidad de salida en lo inmediato. La radio comunitaria y participativa, experiencia de probado éxito en diversas naciones del continente y de la cual en el territorio nacional el Táchira es pionero, puede contribuir a resolver el problema comunicacional de las poblaciones asentadas en la línea fronteriza. Esto por algunas razones valederas en la situación específica que atisbamos:

El modelo comunicacional con el que se conciben estas radioemisoras comunitarias supera la unidireccionalidad, para procurar la participación y la modificación del papel de simple receptor al que han condenado al oyente los grandes medios.

La programación responde a las condiciones propias de las poblaciones, desechando la imposición de patrones y estilos ajenos a sus gentes y su ritmo vital.

El mensaje radial elaborado conforme a las condiciones locales hace que esa radio se parezca a la gente y rompa con el carácter impersonal y "acartonado" de nuestra radio comercial.

La posesión de un medio cercano equivale, para nuestros pobladores, a "tener voz". Ello sin lugar a dudas fortalece la vida de los pueblos en cuanto que se saben partícipes de la comunicación y ajenos al aislamiento.

Contar con un medio como la radio, paradójicamente, transmite a la gente la impresión de la integración al resto, pero al mismo tiempo los



impulsa a valorar, reivindicar y disfrutar lo propio. De manera que la radio comunitaria no los aparta de su quehacer cotidiano, antes bien, los lleva a reconocerlo como relevante y aún trascendente.

La radio, por sus características como medio, es sin duda el más cercano a la gente, el más democrático por su posibilidad de apertura y comparativamente en lo económico, el más asequible a nuestras empobrecidas comunidades.

Las experiencias realizadas hasta ahora, limitadas, incipientes, pioneras en el territorio nacional, muestran las enormes bondades de un medio como la radio en el acercamiento comunicacional y la afirmación cultural de esas poblaciones. Baste observar lo que ha ocurrido con las estaciones en frecuencia modulada de Queniquea, Pregonero, la Florida y la lamentablemente frustrada de Delicias.

## II. FUNCIONAMIENTO DE LAS EMISORAS

La creación y puesta en funcionamiento de las estaciones comunitarias de frontera aquí propuestas, nos remite a despejar algunos aspectos básicos. Ellos son: aspectos organizativos y administrativos, técnicos y programáticos.

### 2.1. Aspectos Organizativos y Administrativos

Condición fundamental para que estas radioemisoras conserven su carácter comunitario es que en su constitución y manejo participen todos los sectores de la comunidad. Ello garantiza el uso democrático e impide las desviaciones hacia el usufructo por parte de alguno de los sectores o parcelas.

En tal sentido proponemos la constitución de una FUNDACIÓN o



COMUNICACION

ASOCIACIÓN CIVIL SIN FINES DE LUCRO, mediante la convocatoria de una asamblea de amplia participación. Este ente jurídico estará compuesto por representantes de los diversos sectores, de la siguiente manera: un representante del Clero, un representante del Poder Civil, un representante de las Fuerzas Armadas, un representante de las Instituciones Educativas, un representante de Organismos Gubernamentales de Desarrollo, dos representantes de las Asociaciones Vecinales.

Estos representantes formarán junto a los miembros del Consejo Asesor del Proyecto, la Directiva de la Radio Comunitaria. De su seno nombrarán a un Presidente-Director, un Tesorero y un Secretario, los cuales durarán en funciones dos años, prorrogable a un período más.

La Directiva de la Radio Comunitaria tendrá entre sus funciones:

Coordinar el funcionamiento de la emisora en lo administrativo, técnico y programático.

Procurar ingresos para el funcionamiento y mejora de la estación.

Administrar los recursos financieros y materiales de la emisora.

Ejercer la representación legal a través de su Presidente-Director.

Convocar las asambleas, para lo cual se requerirá el voto de la mayoría.

El Consejo Asesor estará integrado por tres personas designadas por la Universidad de Los Andes, Núcleo Táchira, institución que mediante convenio coordinará la puesta en marcha de este proyecto. Este Consejo asesor estará integrado por tres personas, las cuales ejercerán la asesoría del proyecto en las áreas jurídica, radial y educativa.

### 2.2. Aspectos Técnicos

Las estaciones comunitarias tienen una base técnica bastante sencilla y de muy bajos costos:

-Los equipos de transmisión están compuestos por: un Transmisor de Frecuencia Modulada con una potencia de 25 o hasta 100 watts, según lo requiera la topografía de la zona y la cobertura deseada. Una torre de 5 a 10 metros de altura. Una antena direccional de uno o dos paneles. Un regulador de voltaje.

-Los equipos de estudio los conforman: Una consola de audio de 8 canales. Un reproductor para cinco

(5) CD. Un deck de doble cassette. Dos tornamesas. Dos micrófonos unidireccionales. Dos bases para micrófono. Dos audífonos. Un regulador de voltaje.

### 2.3. Aspectos Programáticos

La razón de ser de una estación radiodifusora comunitaria es responder a las necesidades comunicacionales de la comunidad que le sirve de asiento y por tanto, su programación debe diseñarse conforme a este mandamiento fundamental.

Esta condición básica indica que los programas, cualquiera sea su formato, deben mantener una cercanía permanente con los pobladores, sus vivencias, realizaciones, expectativas y anhelos. Igualmente, debe procurarse la puesta en práctica de un modelo comunicacional de tipo horizontal, participativo, el cual supere las limitaciones del modelo vertical, según el cual el oyente es simple receptor pasivo.

En consecuencia, la programación de las emisoras de la red de fronteras que aquí proponemos, deben seguir en lo programático las siguientes líneas:

Mantener el carácter de expresión comunitaria. Es decir, funcionar como estructura de servicio sin responder a intereses grupales o individuales.

Cumplir con las normas y directrices del Estado venezolano en materia de radiodifusión.

Propender a la orientación y movilización hacia los mejores logros de las comunidades.

Reivindicar y difundir de manera prioritaria las manifestaciones culturales autóctonas. La música nacional y regional debe ocupar espacios preferentes y amplios volúmenes en la programación diaria.

Procurar el mejoramiento de las condiciones comunicacionales de las poblaciones.

Estimular la participación democrática ofreciendo canales de expresión a los diversos sectores de opinión que conforman la vida de la comunidad.

Sin menoscabo de la calidad de los programas educativos y de orientación, debe insistirse en una conducción dinámica, ágil, relevante y entretenida.

En la producción, realización y presentación de los programas, no

obstante las limitaciones, debe procurarse la seriedad informativa, la programación variada, la conducción dinámica y la calidad técnica.

### III. LA INVERSIÓN INICIAL

La inversión requerida para la puesta en marcha de este proyecto, deberá compartirse entre aportes del gobierno nacional y aportes de la comunidad. Los primeros, consistentes en la concesión de frecuencia, adquisición de equipos y dotación; y los segundos, en un local para el funcionamiento y su acondicionamiento. De tal suerte que el aporte gubernamental consistirá en:

Concesión de una frecuencia para la instalación de una Radioemisora en Frecuencia Modulada Tipo C.

Adquisición de equipos de estudio y transmisión.

Dotación de material discográfico, cintas y cassettes.

Instalación de equipos de estudio, transmisión y antena.

Por su parte, la comunidad aportará:

Un local idóneo para el funcionamiento de la emisora, con acceso directo.

Un terreno o sitio apropiado para la instalación de la torre y la antena.

### IV. FUNCIONAMIENTO

Las estaciones comunitarias de frontera, funcionarán mediante el trabajo voluntario de personas de la comunidad. Ello significa que ni la directiva ni persona interpuesta puede establecer contrato laboral con quienes allí presten servicios. La formación del personal para trabajar en tales estaciones en los aspectos relativos a producción y presentación de programas, organización de fonoteca, locución, transmisiones remotas y otros concernientes al trabajo radial específico, será asumida por la Universidad de Los Andes, Núcleo Táchira.

Aun cuando no es el lucro el objetivo de la estación, su Junta Directiva procurará ingresos que aseguren en lo posible la autogestión, así como cubrir gastos de mantenimiento, ampliación y mejora de equipos o planta física.

El Ejecutivo Nacional a través de la Comisión de Fronteras o el Ministerio de Estado, hará un aporte anual de material discográfico u otros equi-

pos si fuere necesario. La Directiva de la emisora debe procurar que el horario de transmisión sea lo más amplio, de manera que las comunidades tengan su programación el mayor número de horas cada día.

Con miras a la superación de las limitaciones comunicacionales existentes en esas comunidades, el Ejecutivo Nacional debe solicitar a la CANTV, mediante la suscripción de un convenio, la instalación de un mecanismo que permita a las emisoras, en situaciones normales o de emergencia, enlazarse con otras o todas las demás estaciones.

Las emisoras además de producir sus propios programas, procurarán mediante la modalidad del intercambio, radiar programas producidos por otras estaciones, sean éstas de la red o no.

### V. UBICACIÓN GEOGRÁFICA

La instalación de una red radial de fronteras es un ambicioso plan que busca mejorar las condiciones

de comunicación de las comunidades asentadas a lo largo de la línea fronteriza de la región sudoeste venezolana, por tanto se propone abarcar un ámbito lo más amplio posible para su constitución.

En consecuencia, esta red comenzará por el sur en la población de El Amparo, en el estado Apure y concluirá por el noroeste en Casigua-El Cubo, estado Zulia. Además de éstas, dadas las condiciones geopolíticas de las poblaciones y motivacionales de sus gentes, se instalarán en El Nula, estado Apure; Abejales, municipio Libertador, estado Táchira; Delicias, municipio Rafael Urdaneta, estado Táchira; Las Dantas, municipio Bolívar, estado Táchira; Colón, municipio Ayacucho, estado Táchira; Orope, municipio García de Hevia, estado Táchira; El Cobre, municipio Jáuregui, estado Táchira; Santa Ana, municipio Córdoba, estado Táchira y Coloncito, municipio Panamericano, estado Táchira. Igualmente, podría incluirse una para Ciudad Sucre, estado Apure, actualmente en desarrollo.

#### Presupuesto por emisora

Equipos de estudio y transmisión	Bs. 1.900.140,00
Torre para antena	Bs. 100.000,00
Proyecto técnico.	Bs. 80.000,00
Montaje, instalación y entrenamiento de operador	Bs. 220.000,00
Dotación de material discográfico y cintas	Bs. 770.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>Bs. 3.070.140,00</b>
<b>SON: Tres millones setenta mil ciento cuarenta bolívares</b>	

#### Presupuesto general del proyecto

Instalación y puesta en funcionamiento de 14 emisoras a Bs. 1.920.900 c/u	Bs. 42.981.960,00
Contrato de un auxiliar de promoción y supervisión del proyecto 1 año. Bs. 140.000,00 mensuales.	Bs. 2.100.000,00
Prestaciones sociales	Bs. 420.000,00
Gastos de vida, viáticos y traslados	Bs. 1.860.000,00
Gastos de funcionamiento	Bs. 2.666.000,00
01 vehículo rústico	Bs. 9.000.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>Bs. 59.027.960,00</b>
<b>SON: Cincuenta y nueve millones veintisiete mil novecientos sesenta bolívares</b>	

# Efectos sociales de la globalización. Nuevas etnias: la diáspora venezolana

Enrique Alf González

Una preocupación teórica que debemos tener al intentar realizar el análisis de una determinada sociedad, es la de cerciorarnos de saber cuáles son algunas de las características fundamentales del universo mental de la época, tales como el alcance geográfico de lo que se considera el mundo existente, especialmente si nuestro análisis va a entrar en terrenos propios de las disciplinas históricas. Esta revisión previa no siempre está presente en muchos de esos estudios por lo que se termina confiando en el sentido común de los destinatarios del escrito, dándose por obvio un significado compartido, cuando no suele ser así, oscureciendo de manera determinante algunos aspectos de los sucesos que se quieren explicar.

En el sentido de esa preocupación considero clave que se interroge lo real con la sabida noción de ¿cuál es el mundo conocido para los actores de la época? Todos los actores de una sociedad completa tienen una concepción implícita o explícita de un conjunto de referentes básicos que le permiten desenvolverse; como por ejemplo el de hombre, orden, prestigio y humanidad, entre otros. Los mismos se explican a través de las distintas experiencias que ese conglomerado humano ha vivido y pensado. Quiero destacar la noción de *mundo conocido*, la cual ha sufrido cambios durante el devenir humano en el planeta. De acuerdo con nuestro conocimiento sobre la historia de las sociedades es posible afirmar como



una constante, el intento de las colectividades por ampliar los límites del mundo conocido por ellas. El intercambio económico, político y sagrado ha resultado en una de las principales fuerzas motorizadoras de esa búsqueda. Creo que esta búsqueda se ha vigorizado en demasía en aquellas sociedades configuradas a partir de grandes acumulaciones de excedente económico, político y cultural, cristalizados en reinos e imperios, las cuales han derivado en proyectos de mundialización forzada, impulsados por la idea-fuerza de búsqueda de ampliación del mundo conocido. Si bien estos procesos de mundialización están en la base de expansión de las grandes formaciones sociopolíticas y socioeconómicas, deseo detenerme en algunas que por su vitalidad, fuerza y continuidad en el tiempo mantienen sus efectos hasta nuestros días.

El Imperio Romano fue uno de los intentos más exitosos de ampliar el mundo conocido -al menos para lo que posteriormente será conocido como Occidente- al igual que el de los Califatos musulmanes. La desaparición física del primero sería suplantada por la cosmovisión cristiana en su forma de estado transnacional con la Iglesia Católica y posteriormente con las distintas configuraciones protonacionales y nacionales de las naciones europeas, al menos hasta el siglo XV. Por su parte, los musulmanes extenderán su predominio hasta una parte de Europa (Iberia y los Balcanes), de

África (el norte y más lentamente el centro) y de casi toda Asia, pero participarán marginalmente en la nueva ola de mundialización que se iniciará en el siglo XV.

Esta mundialización será llevada a cabo por el impulso del capitalismo en sus diversas variantes (mercantil, industrial, postindustrial, nacional y transnacional), hasta alcanzar, desde el punto de vista geográfico, una coincidencia plena entre el mundo conocido y el mundo natural. *Es posible afirmar que hoy en día todas las sociedades humanas están en contacto bien sea material o virtual, concreto o posible, tangible o audiovisual.* Esta mundialización extrema recibe el nombre particular de globalización, como una metáfora que visualmente nos dice que el mundo de hoy es igual al globo terráqueo. ¿Cuáles son las características generales de la globalización? La transnacionalización del capital, de la fuerza de trabajo, de la información y de las expectativas del futuro, bien que sin embargo siguen siendo apropiados de manera desigual, según la lógica clasista. Esta globalización se desenvuelve en agudos choques con las fronteras de los Estados-Nación modernos, obligándolas a reformularse y a empequeñecerse, colocando como eje de la articulación social la multiplicación de los actores, especialmente en aquellos temas más proclives de ser globalizados, porque hay que hacer la salvedad ante aquellos divulgadores de ideas tales como que todo está globalizado, que *la globalización es la tendencia principal de la mun-*

*dialización actual, pero no su único componente, de ahí que coexistirá con factores, fuerzas y problemas sociales no demandados por ella, cuyos escenarios de resolución se enmarcan en los clásicos límites de lo nacional.*

En este artículo quiero reflexionar acerca de las características de algunos embates que la globalización ejerce contra Venezuela a través de la transculturación (intercambio cultural entre sociedades en contacto, en la definición del cubano Fernando Ortiz en la década de los 40) de la imagen del venezolano y de las nuevas configuraciones étnicas en marcha a partir de las recientes migraciones masivas.

### LA VENEZUELA DE LA PRE-GLOBALIZACIÓN

La Venezuela del siglo XX-hasta mediados de la década de los ochenta-tenía una imagen de sí misma en la cual se asentaban como características de nuestra nacionalidad que éramos un país receptor de migrantes y no dador, al igual que nos considerábamos un país dador de recursos al mundo y no receptor de los mismos. Se entendía en la conciencia colectiva que nuestros emigrados de este siglo lo fueron sólo en pequeño número y siempre por razones manifiestamente políticas, como los exilios cuando los gobiernos de Juan Vicente Gómez (1909-1936) y de Marcos Evangelista Pérez Jiménez (1948-1958), al contrario de nuestra recepción de migrantes que siempre fue en oleadas: europeos y árabes en los 40 y latinoamericanos desde los 70 hasta la actualidad. Nuestra imagen de dador de recursos se concretaba en las inmensas exportaciones de petróleo, las cuales elevaron las entradas de divisas exponencialmente a partir de la década de los 70 con el aumento del precio del barril, lo cual nos permitió comprar bienes, servicios y educación (Plan de Becas Gran Mariscal de Ayacucho) en el exterior. Había la sensación de comprar lo que queríamos (con la caricaturesca deformación del *ta'barato* dame dos que impusieron los venezolanos en Miami), no de pedirlo; de donar (incluyendo un barco a Bolivia para un mar inexistente) y no de recibir donaciones.

La impericia limitante demostrada para mejorar los recursos (despilfarro, endeudamiento, corrupción, pérdida de la relación riqueza-trabajo, política clientelar, profundización del modelo económico rentista) condujo a Venezuela a una situación de crisis estructural que trastocó por completo los cimientos sobre los cuales se alzaba tanto la sociedad real como la imagen que ella tenía de sí misma. Esta situación se expresa de manera directa en la manera de concebir la relación de Venezuela con el mundo, es decir el terreno más propio de los procesos globalizadores. La reacción colectiva ha sido de perplejidad (incluyendo y quizás con más derecho a todas las capas dirigentes, bien sean políticas, económicas o culturales), desasosiego, desánimo salpicado con invitaciones a la aventura y a la locura.

Nos hemos convertido en latinoamericanos después de tanto tiempo de habernos negado a reconocernos como tales, la sensación de que el Rey va desnudo cunde por doquier. Aunque la caída sigue siendo suave en nuestra piscina de petróleo, en comparación con vecinos cercanos y lejanos, la sensación de que la crisis apenas comienza es el emblema distintivo de los sectores más lúcidos creadores de opinión en los diferentes nichos sociales. El desarme actitudinal es patrimonio común, el ¿qué y cómo hacer?, no encuentra respuestas confortantes, aparte de un recrudescimiento de la fe y de la importancia del azar.

Amaneció y nos convertimos en un país de emigrantes, pero que sigue recibiendo inmigrantes de sus vecinos. Ya no damos préstamos al mundo sino que hacemos largas colas para pedirlos, con la complicación adicional de que no sabemos qué hacer con el dinero que nos dan, tenemos créditos otorgados no utilizados por lo que abundan las multas. Descubrimos -y sufrimos- que el Aparato Estatal no sirve sino sólo para reprimir manifestaciones que alteren el orden colectivo. No sólo el rey anda desnudo, sino es perfectamente inútil y los símbolos de eficiencia de los señores privados, cuales eran los bancos, se transformaron en guaridas de malhechores.

*Lo nacional se volvió anómico ante la vandalización de las relaciones sociales y la respuesta*



*siguió el sendero de la Europa del Siglo V: la feudalización, la privatización de la esperanza.* El grito de la autonomía se supone guiará al paraíso de la autarquía. Su expresión académica ha logrado construir pequeños monasterios a la usanza de los descritos por Eco, quienes pertenecen a la internacional de la nueva Iglesia que oficia por Internet; ya pasarán los bárbaros, dicen ellos y podremos salir a civilizar. Su expresión regional son los gobernadores elegidos en comicios, quienes si aún no cuestionan la unidad nacional -hasta ahora- deben dedicar gran parte de sus esfuerzos a cavar trincheras para impedir el paso de un Estado centralista que tiene ya muy poca visión para *hacer*, pero sí mucha para *deshacer* iniciativas loables. A escala micro se privatizan las calles, se estimula la justicia directa del linchamiento tanto popular en los barrios como oficial por los cuerpos policiales (ver los informes de Amnistía Internacional).

#### LA VENEZUELA DE LA GLOBALIZACIÓN: SU IMAGEN EN EL MUNDO

Los venezolanos hemos tendido a pensar, en los escasos momentos en los que nos interesaba el qué pensarán de nosotros en el exterior, en una imagen idílica y rosa, expresada en un país rico en petróleo y en mujeres bellas (coleccionistas de títulos de belleza internacionales). Lo limitado de esa percepción no permitía auscultar el lado oscuro de la luna, como el de que éramos manirroto, nuevos ricos, etc. Esa imagen rosa tenía como condición estructural el que se asentaba en un efecto a distancia y esporádico de la influencia de los venezolanos en el exterior. Es decir, circulaba el petróleo por las economías de otros países, pero no grandes contingentes de venezolanos. Igualmente nuestras reinas de belleza concursaban puntualmente y volvían al país, no se quedaban afuera. Nuestra imagen en el exterior era un producto fundamentalmente audiovisual.

Con la agudización de la crisis, nuestra tendencia creciente a la emigración ha comenzado a cambiar las coordenadas de fabricación de nuestra imagen externa, pasando a tener una mayor presencia el contacto

físico del mundo con los venezolanos migrados. Este contacto físico genera dos grandes canales por donde circulan las corrientes opináticas sobre nosotros: la opinión que las propias comunidades humanas receptoras tienen acerca de sus nuevos vecinos (los venezolanos) y la opinión que trasciende esos límites y obtiene expresión audiovisual. En el Estado actual de la investigación, no hemos tenido acceso al primer canal, por lo que nos limitaremos al segundo. He realizado un seguimiento a los Diarios Regionales (1992-94) y Nacionales (1990-1996) de Venezuela, los cuales transmiten información sobre nuestro asunto, bien sea por noticias de los cables internacionales, reportajes in situ o reportajes a migrantes regresados por circunstancias coyunturales (vacaciones, por ejemplo). Igualmente hemos tenido acceso a entrevistas efectuadas por otros investigadores, en trabajos de campo en el país a familiares de migrantes.

Abordaré la construcción de imagen de Venezuela siguiendo las dos líneas trazadas para el análisis de la transculturación, por contacto audiovisual (que coloca de relieve la participación individual de venezolanos) y por contacto "cara a cara" (que coloca de relieve la creación de comunidades residenciales venezolanas), no olvidando que ambas direcciones contribuyen a conformar la imagen de la nación en el exterior.

#### EL VENEZOLANO EN NEGATIVO

De acuerdo con los materiales recopilados hasta ahora, es posible señalar que la actuación individual de algunos compatriotas está contribuyendo decisivamente en la creación de una matriz negativa de opinión acerca de nuestro gentilicio, alimentando a su vez las tendencias xenofóbicas actualmente en auge en el mundo. Lo anterior se fundamenta en la cantidad de delitos en los cuales aparecen como protagonistas venezolanos. Tales delitos son: tráfico de drogas, estafas, asesinatos, violación, contrabando y en otro orden de ideas, prófugos en el exilio. Dejo de lado no por carecer de importancia sino por su afortunada excepción- el caso del terrorismo y Carlos "El Chacal".

#### I. DROGAS

**1.-Canadá:** "Luego de tres años y medio de reclusión en el Institute Archambaud de Montreal, Canadá, el venezolano Ronald Morell salió en libertad junto con los otros tres procesados por la incautación de 39 kilos de cocaína... El alcaloide fue descubierto el 15 de abril de 1991, en el interior de dos motores para lanchas, procedentes de Caracas. El arresto fue hecho por la Real Policía Montada". (Mayorca, 1995, a: D-4).

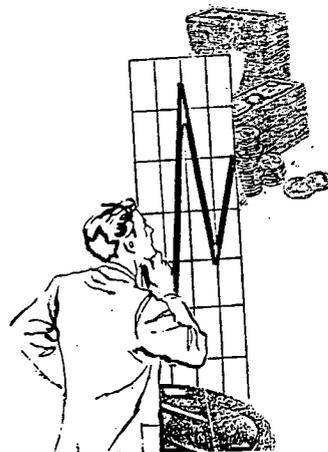
**2.-Colombia:** "Hábeas Corpus pidió venezolana presa por drogas en Colombia. En los próximos días, será trasladada desde la Dirección Administrativa de Seguridad (DAS) hasta el retén de mujeres El Buen Pastor, ubicado en Bogotá..." (Mayorca, 1996, b: D-2).

#### 3.-EE.UU.:

3.1.-"La policía antidroga norteamericana (DEA) detuvo en Jacksonville, Florida, al venezolano Angel Alberto Landaeta, cuando al parecer transportaba dos kilos y medio de heroína..." (Mayorca, 1995, b: D-1).

3.2.-"La empresa Casino del Mar, mencionada desde Estados Unidos, como supuestamente vinculada al lavado de dólares provenientes del Cartel de Cali opera un centro de juegos, ubicado en la calle Fermín, cerca de la panadería 4 de Mayo". (Mata M, 1995: D-9).

"La policía judicial no ha recibido solicitud alguna para que incaute un casino ubicado en Porlamar, presuntamente vinculado al cartel de Cali... El jefe policial dijo que en vista de la gravedad de la información, por



cuanto se señala que hay tres venezolanos implicados en el tráfico de drogas y lavado de dinero, entraron en contacto con los directivos de la Drug Enforcement Administration (DEA) para que les suministre detalles a fin de iniciar una averiguación". (Guerrero, 1995: D-9).

3.3.-"La Drug Enforcement Administration desmanteló esta semana una red de narcorestaurantes en diferentes lugares de Miami, entre los que figuran los elegantes Sunday on the Bay y Linda Bay Steak House, ubicados en la selecta zona de Key Biscayne ambos propiedad de Stefano y Linda Brandino. Entre la predilecta clientela se encontraban varios venezolanos: políticos, ex banqueros prófugos y empresarios que poseen apartamentos en el cayo". (Guanipa, 1995: A última).

3.4.-"Un general venezolano fue sentenciado hoy a una pena obligatoria mínima de diez años de prisión federal, por su participación en una operación de tráfico de cocaína infiltrada por un agente antinarcóticos norteamericano. El general Ramón Alexis Sánchez Paz, de 50 años... se declaró culpable de conspiración para importar cocaína" (AP, 1994, a: última página).

3.5.- Thomas Javier Zambrano, de 27 años, nativo de Venezuela, conoció a un hombre llamado "Rafael" quien ofreció pagarle \$20 dólares por gramo de la heroína que se tragara, para poderla llevar de contrabando en los Estados Unidos. Zambrano estuvo de acuerdo en ingerir alrededor de 500 gramos... Un gran jurado en Newark, lo acusó de cargos de contrabando de heroína... Zambrano encara más de 80 años detrás de barras, con un término mandatorio mínimo de diez años y una multa potencial de más de \$4 millones" (*El Periódico*, 1994: 23).

3.6.-"Del Cartel de Cali. Un venezolano administraba la red de lavado de dólares en Nueva York... El venezolano García Montilla sintiéndose acosado huyó hacia el Viejo Continente, donde retomó sus contactos y colocó dinero del Cartel en Inglaterra, Francia, Alemania, Italia y Mónaco. Poco tiempo duró su clandestinidad en esos países: fue hecho preso en Luxemburgo y desde allí lo extraditó la DEA hacia el Correctional Center de Nueva York, donde le espera una sentencia a cadena perpetua". (*El Nacional*, 1995, a).

#### 4.-República Dominicana:

4.1.-"Cuatro kilogramos de cocaína fueron confiscados en el Aeropuerto de las Américas, de Santo Domingo, a un dominicano y a una venezolana que llegaron procedentes de Caracas, anunciaron... fuentes de la Dirección Nacional de Control de Drogas (DNCD)" (EFE, 1994, a: 21).

4.2.-"Dos colombianos y un venezolano fueron apresados y acusados este jueves de narcotráfico por agentes antidrogas dominicanos en relación con el decomiso, el miércoles, de 551,5 kilogramos de cocaína... los detenidos pertenecen al Cartel de Medellín y pretendían introducir la droga en Estados Unidos". (EFE, 1995, a: D-7).

"Venezolano acusado de narco se fuga de cárcel dominicana... Un venezolano acusado de introducir ilegalmente a Puerto Rico más de 550 kilos de cocaína pura utilizando el país como puente, escapó de la cárcel, sin que las autoridades tengan pistas de su paradero". (AP, 1996: D-12).

#### 5.-Saint Marteen:

"La tripulación del barco 'Eliane' de bandera venezolana, está detenida por supuesto tráfico de drogas y posiblemente será juzgada en la isla de Saint Marteen". (Lira, 1994: 37).

#### 6.-Surinam:

"A cuatro ascendería número de venezolanos detenidos en Surinam, tras el decomiso de 1.266 kilos de cocaína que eran transportados en una avioneta interceptada el jueves al sur de Paramaribo, capital de ese país". (Mayorca, d: D-10).

#### 7.-España:

7.1.-"Villamizar de Martínez, que llegó a Tenerife procedente de Caracas el 4 de junio de 1991, entregó en el control de aduanas del aeropuerto una bola de 47,42 gramos de cocaína que ocultaba en la vagina, y posteriormente le fueron descubiertos 504 gramos de la misma sustancia ocultos en el estómago". (EFE, 1994, b).

7.2.-"(el) ciudadano venezolano... Hernán Arturo A.Q. viajó desde su país a la isla atlántica española de Tenerife con 98 pequeñas bolas de cocaína en el estómago). (EFE, 1994, c: 8).

7.3.-"Según informó... el gobierno de la Coruña, la detenida es Edelmira Zoraida Tovar Pérez, de 44



años, natural de Caracas, a la que la Guardia Civil... le incautó además 1.000 dólares, 860 bolívares, diez cédulas de identidad, cuatro tarjetas de crédito, un pasaporte y un billete de avión. La cocaína podría haber sido distribuida en 108.800 dosis". (EFE, 1995, b: A-7).

7.4.-"Operativo denominado 'La Guaira' concluyó tras ocho meses de investigación. Desmantelada conexión canario-venezolana de la droga. La policía española arrestó a 16 ciudadanos canarios y a dos venezolanos". (EFE, 1996, a: 59).

7.5.-"Diez personas acusadas de introducir y distribuir en España droga procedente de Venezuela fueron detenidas por la policía en distintas ciudades españolas, en una operación en la que también se decomisaron 41 kilos de cocaína...". (EFE, 1996, b: D-8).

#### 8.-Inglaterra:

"Un mayor de la Guardia Nacional, identificado como Fernando Capace Esquifi, está siendo implicado en el decomiso de mil 300 kilos de cocaína, en el puerto de Liverpool, en Inglaterra". (Romero, 1994: 56).

#### 9.-Italia:

"La policía italiana arrestó en la ciudad norteña de Sondrio, a un hombre con pasaporte venezolano y a una mujer colombiana, quienes fueron aprehendidos con 53 kilogramos de cocaína purísima, valorados en 20 millones de dólares". (EFE, 1996, c: D-14).

#### 10.-Portugal:

10.1.-"Carlos Eugenio de Letón, de 37 años, y Edgar José López, de 43, ambos residentes en Caracas, fueron detenidos en septiembre de



1992 en el aeropuerto Sá Carneiro de Oporto con seis kilos de cocaína. (EFE, 1993, a: 21).

10.2.-"Cuatro personas de nacionalidades venezolana y holandesa han sido detenidas tras ser interceptado un yate que transportaba 188 kilos de cocaína cerca de la isla de Corvo, en el archipiélago portugués de las Azores". (EFE, 1995, d: A-3).

#### 11.-Suecia:

"Cuatro latinoamericanas, de ellas tres venezolanas (dos hermanas de 41 y 43 años y la hija de la segunda, de 18 años) fueron detenidas cuando introducían un kg. De cocaína en Suecia". (AFP, 1994: 17).

## II. ESTAFAS

### 1.-Argentina:

"En Argentina detenidos venezolanos que estafaban bancos. Fueron identificados como Amarilis Coromoto Paz Carballo, de 35 años, azafata de Viasa, y Adelis Franco Castellanos, de 31, tripulante de esa misma empresa". (EFE, 1995, e: A-9).

### 2.-Chile:

"En Chile. Detenidos tres venezolanos por robos en cajeros automáticos. Fueron identificados como Richard González Jiménez, de 28 años; Argenis Enrique González Tovar, de 26; y Alfredo Javier Marreño, de 25, quienes confesaron haber cometido delitos similares en otras ciudades chilenas, en Colombia, Ecuador y Perú". (EFE, 1995, f).

### 3.-EE.UU.:

3.1.-"El empresario venezolano Víctor Vargas accedió pagar una multa de 1,15 millones de dólares para evitar mayores acciones legales en

su contra por un presunto delito de 'declaración falsa', según un acuerdo alcanzado con la Reserva Federal (banco central) estadounidense". (EFE, 1993, b: A-3).

3.2.-"Cerca de dos meses está cumpliendo el joven cabimero de 24 años, Edwin Aldi Chávez Alvarez, de haber sido arrestado por la policía de Los Angeles, estado de California, EU; luego de que se le encontrara en su poder la cantidad de casi un mil dólares falsos que había adquirido en ese municipio de la COL". (Fuenmayor, 1994: última).

3.3.-"La policía de Los Angeles detuvo a dos mujeres venezolanas que utilizaban billetes falsos de cien dólares, fabricados en Colombia, informó ayer la prensa local". (EFE, 1996, c: D-7).

### 4.-Italia:

"El arresto del financiero venezolano Alberto Jaimes Berti reavivó ayer, martes, en Roma una completa historia de movimientos de capital por valor de 2.200 millones de dólares en la que aparece el nombre del empresario español José María Ruíz-Mateos y de su antiguo grupo de empresas Rumasa". (EFE, 1993, c: B-8).

## III. ASESINATOS

### 1.-España:

"Según el fiscal, el venezolano, que llegó a España en abril de 1992 procedente de Israel, conoció a José Leoncio Expósito, acusado de encubrir uno de los homicidios en un bar de copas de la capital española, donde ambos acudían 'para ejercer la prostitución y conseguir dinero para subsistir'". (La Calle, 1993: 23).

### 2.-Italia:

"Un Tribunal de Lucca, en Italia Central condenó ayer a cinco años de reclusión psiquiátrica a un, venezolano de 25 años, Gustavo Espinoza, quien asesinó a puñaladas a una desconocida de 45 años, residente en esa localidad". (Las Noticias de Cojedes, 1994).

## IV. VIOLACIÓN

### 1.-Italia:

"Acusado de haber violado... a su hija, que actualmente tiene 17 años, un venezolano fue condenado por el tribunal de Florencia a seis años de reclusión". (ANSA, 1996: 59).

## V. CONTRABANDO

### 1.-EE.UU.:

"Lenin Oviedo, de 23 años, de Caracas, fue arrestado ayer después de que la aduana halló en su equipaje 47 boas constrictoras arco iris, 11 boas constrictoras de cola roja, 44 tortugas de patas rojas, 27 tortugas de río y 12 víboras". (AP, 1995: A-3).

## VI. REFUGIO DE PRÓFUGOS DE LA JUSTICIA

### 1.-Egipto, España e Italia:

"(...) el ex presidente del banco en cuestión, Gustavo Gómez López, se encuentra en la ciudad española de Barcelona, mientras que Folco Falchi, ex coordinador de filiales internacionales del banco, estaría en Italia, y el sucesor de Gómez López, Giacomo León, se encuentra en Egipto". (AP, 1994, b: 30).

### 2.-EE.UU.:

2.1.-"En 1986, Santana Tachón fue deportado a Venezuela por las autoridades de Estados Unidos, desde Nueva Orleans... pero primero tuvo que cumplir condena de 1 año, en el estado de Tennessee. Fue enviado a la prisión de Oakdale... Louisiana". (Guerrero, 1996: D-10).

2.2.-"(...) mientras que su esposa, la ex-jefa de la División de Antecedentes Penales, está prófuga de la justicia y tal vez, residiendo en Miami". (Lugo, 1996: D-8).

Con el muestrario anterior no hemos querido ser exhaustivos pero sí enfáticos, para ilustrar con hechos la cadena de acciones negativas en las que han estado involucrados los venezolanos en el exterior, lo cual ha incidido negativamente en la percepción de nuestra nacionalidad. Resumiendo el número de países y el tipo de delito con el que han sido agredidos nuestros connacionales tendríamos: 1) Argentina (1); 2) Canadá (1); 3) Chile (1); 4) Colombia (2); 5) Ecuador (1); 6) Egipto (1); 7) España (3); 8) Estados Unidos (4); 9) Inglaterra (1); 10) Italia (5); 11) Perú (1); 12) Portugal (1); 13) República Dominicana (1); 14) Saint Marteen (1); 15) Suecia (1) y 16) Surinam (1).

## EL RECHAZO DIPLOMÁTICO

Tales actividades negativas generan un rechazo que se ha comenzado a expresar -entre otras vías- a través

de los canales diplomáticos, castigando sin duda a personas inocentes.

**1.-Alemania:** "Buenaver, de 21 años, llegó al aeropuerto de Hamburgo... a las seis y media de la tarde del 3 de agosto. En el punto de control, según ella... relata, un funcionario le detuvo su pasaporte -número 14.604. 296, emitido el 7 de noviembre de 1995-, la obligó a firmar dos documentos en alemán -idioma que ella no entiende- y con ayuda de dos guardias la embarcó por la fuerza en un vuelo de Lufthansa rumbo a Venezuela". (*El Nacional*, 1996, a: A-3).

**2.-Brasil:** "El gobierno brasileño ha decidido postergar la concesión de asilo político al biólogo venezolano Ignacio Agudo, que escapó del país después de denunciar la matanza de delfines en el litoral norte del estado Sucre, según indicó Paulo Crocchia, coordinador del proyecto Ballena a la Vista de Florianópolis". (AFP, 1996: a-7).

**3.-Canadá:** "(...) la embajada de Canadá en nuestro país, divulgaba... ayer una nota..., en la cual el ministro de Ciudadanía e inmigración canadiense, Sergio Marchi, señala que el requerimiento busca 'controlar el movimiento de inmigrantes ilegales y las solicitudes de asilo evidentemente infundadas hechas dentro de Canadá por algunos ciudadanos venezolanos inescrupulosos, así como por ciudadanos de otros países que llegan utilizando documentos de viaje venezolanos obtenidos fraudulentamente'...". (Soto, 1995: D-2).

**4.-EE.UU., Miami:** "Y es que usted llega-nos refieren varias cartas-y al boleo le piden el pasaporte dos o tres veces antes de llegar a la oficina de inmigración, lo sacan de la fila, lo insultan, vejan y maltratan, y a algunos los hacen firmar una forma en la que admiten... la deportación de la que serán objeto a continuación, sin razón alguna. En el contenido de las ofensas pareciera estar la clave. Les dicen toda suerte de epítetos xenofóbicos condimentados con frases tales como '*estos son venezolanos, la misma basura que los colombianos*'. (García, 1996: D-2).

## EL VENEZOLANO EN POSITIVO

Al igual como lo hicimos en el apartado anterior, queremos colocar de relieve la actuación individual de

venezolanos y su contribución a la elaboración de una imagen de nuestro país, en este caso positiva. Damos por sobreentendido que tanto lo negativo señalado anteriormente como lo positivo de que hablaremos a continuación, son acciones aisladas, no concertadas por un gran colectivo estatal o privado, pero que de todas formas contribuye a la creación de una imagen audiovisual del ser nacional, entre otras cosas porque la información ha sido difundida por la prensa diaria, fundamentalmente por las grandes agencias internacionales de información, por lo que colidimos que ha circulado mundialmente, contribuyendo a la elaboración de una percepción de Venezuela en los respectivos imaginarios nacionales.

La mayoría de los aspectos que ejemplificaremos están vinculados al arte y la televisión, en menor grado a la ciencia y muy escasamente -casi simbólico- al deporte, lo cual no deja de reflejar el desarrollo de los mismos en el interior del país.

## I. CIENCIA

**1.-Ecuador:** "Honoris causa entrega Universidad ecuatoriana a diplomático venezolano. Entre las investigaciones que ha realizado Valero Martínez sobre personajes ecuatorianos está el trabajo sobre el prócer bolivariano, coronel Manuel de Echandía, quien fuera en la época de la Gran Colombia el tesorero general de la campaña libertadora del sur y posteriormente secretario de Relaciones Exteriores y Hacienda en Venezuela". (Venpres, 1993, a: 15).

### 2.-EE.UU.:

2.1.-"Premiado venezolano por protección a la capa de ozono. Eduardo López, presidente del Fondo Venezolano de Reversión Industrial y Tecnología (Fondoin), recibió el galardón de la Agencia de Protección Ambiental de EE.UU. (Epa), por méritos excepcionales en la protección de la capa de ozono". (Venpres, 1994: 6).

2.2.-"(...) el joven israelí Alquindique Morles, con apenas 27 años de edad, obtuvo su grado Phd en la Universidad de Tennessee, Estados Unidos de Norteamérica, tras defender su tesis sobre la aplicabilidad de los sistemas expertos, redes neuronales y otras técnicas de inteligencia artificial en la industria nuclear". (Olivares, 1993: 8).

2.3.-"Experto venezolano par-

ticipa en Conferencia Panamericana de Calidad Total en USA. Quevedo Galíndez participará en los próximos meses en otra conferencia de especialistas en Canadá. Tiene programado, por otra parte, visitar varios países de Suramérica, incluyendo por supuesto Venezuela, su patria nativa". (*Correo del Caroní*, 1994: D-3).

**3.-Italia:** "Diez jóvenes investigadores venezolanos resultaron ganadores en el concurso denominado 'América latinissima incontro dei due mondi', organizado por la Unión Latina de Italia, con el tema Geografía e Historia Italiana". (ICIS PRESS, 1992: 32).

## II. CINE

### 1.-EE.UU.:

1.1.-"Jairo Franco, productor y cineasta tachirense, se encuentra en Nueva York... Comparte sus estudios de cine, con sus labores profesionales en el canal de televisión de una cadena hispana... efectuando cuñas comerciales y trabajos especiales... Tiene en mente realizar luego producciones de largo metraje en Venezuela...". (VMT, 1994: D-7).

1.2.-"Allí desfilaron varias de las top models más cotizadas del mundo, entre ellas nuestra compatriota Patricia Velázquez, quien de esta manera se convierte en la única venezolana en participar hasta ahora en un espectáculo de entrega del Oscar". (Mata, 1996, b: B-10).

### 2.-Inglaterra:

2.1.-"Producción anglo-venezolana revive la imagen de Bolívar. La mini-serie para la que se dispone de un presupuesto de 25 millones de dólares, se filmará en Venezuela,



algunas islas de El Caribe, Italia, España e Inglaterra... La parte nacional estará a cargo de Edgar Meinhardt... Vicepresidente Ejecutivo de Artsworld Entertainment..." (*El Nacional*, 1993, a:B).

2.2.-"Por trabajo de grupo Snap. Angel Gracia entró al Rock Video Gallery. La exposición londinense reúne a los veinte videos más representativos realizados durante las últimas dos décadas. El seleccionado para 1994 es el tema 'Welcome to tomorrow' y fue dirigido por este realizador venezolano". (*El Nacional*, 1996, b: B-12).

3.-**Polonia:** "El venezolano Franco Peña, resultó vencedor del Festival Internacional de Cortometrajes de Cracovia, sur de Polonia, con su trabajo 'Quizás es pecado cuando rezo'". (*El Araguëño*, 1994, a: Portada).

### III. DEPORTE

1.-**EE.UU.:** "Era Cheché Vidal, vice-presidente de tecnología y comunicaciones del mundial USA/94... caraqueño de 35 años radicado en los Estados Unidos desde hace ocho... (quien) nos decía: 'Ya me hicieron una oferta para trabajar en el Mundial de Francia/98. No sé, lo voy a pensar, porque ¿Quieres que te diga una vaina? Ya estoy loco de irme para Venezuela. Como extraño a mi país'". (Guerra, 1994: B-9).

2.-**Suecia:** "Martin Dhalin, hijo de un venezolano y una sueca, ha luchado... para alcanzar el puesto de goleador de... Suecia, en el Campeonato Mundial de Fútbol". (Reuter, 1994: 45).



### IV. MÚSICA

Es necesario señalar algunas particularidades debido a la abundancia del talento nacional en el exterior. Hemos considerado útil agruparlas temáticamente de la siguiente forma: Clásica, Jazz, Rap, Rock, Salsa, World Music e Ingeniería de Sonido.

#### Clásica:

##### 1.-EE.UU.:

1.1.-"Una breve visita al país realizó el compositor venezolano Alfonso Tereiro Vidal, quien se encuentra radicado desde hace años en Estados Unidos. ¿El motivo? El pasado 21 de julio la Sinfónica Municipal de Caracas estrenó su obra 'Danzas Sagradas', que le fue encargada por la Sinfónica Juvenil de Nueva York". (Arenas, 1996, a: C-15).

1.2.-"(...) Izcaray acaba de ser nombrado Director Musical de la Orquesta Sinfónica de Crosse Wisconsin; Molina está cursando estudios en Cincinnati". (Paúl, 1993: 4-1).

2.-**Polonia:** "En Polonia. Pedro Sanglimbeni y Ana Beatriz Manzanilla realizarán estudios de perfeccionamiento. Son los primeros músicos latinoamericanos que logran ingresar a la Academia Mozart de Cracovia". (Ameruoso, 1995: C-1).

#### Jazz:

##### 1.-EE.UU.:

1.1.-"En 1989 Otmario Ruiz obtuvo una beca parcial del CONAC, que le permitió cursar la maestría en ejecución de jazz en el Instituto Calarts, en Valencia, California, donde se graduó en 1993... Estar fuera de Venezuela lo ha vuelto más reflexivo, más comprometido con su creación". (Arenas, 1996, b: C-8).

1.2.-"Además de ser el Presidente del Coro de Conciertos... César Muñoz forma parte de un Ensamble de Jazz Vocal con el que toca extra academia y participó en el Festival Internacional de Boston con una banda de música folklórica". (Cabello, 1994).

1.3.-"WildMango' viene de California, y fue uno de los acontecimientos del Festival... por la calidad y versatilidad de sus arreglos musicales preparados... por la compositora y directora del conjunto la venezolana Ericka Luckett, radicada en Oakland...". (*El Mundo*, 1995: 19).

#### Rap:

1.-**EE.UU.:** "Un venezolano,

ingeniero de sonido y radicado en Estados Unidos hace 10 años, es el pionero del rap en español. Su nombre es Jorge Fonseca, actúa con el seudónimo artístico de '¿Qué pasa?' y avanza hacia los primeros lugares de difusión en las emisoras latinas del... Norte... en la sección pop, siendo el único representante de este género en entrar en clasificación". (*El Nacional*, 1990, a: B).

#### Rock:

1.-**EE.UU.:** "Desde ya predcimos que la gran triunfadora en la entrega de los premios *Grammy*, el *Oscar* de la música en los Estados Unidos, será *Mariah Carey*. La excelente intérprete, compositora y productora, cuyo padre... es venezolano...". (Mata, 1996, a: B-10).

#### Salsa:

1.-**España:** "El grupo de salsa cubano-venezolano 'Guayuco', que durante el verano cosecharon grandes éxitos en las salas madrileñas... se dispone ahora a alegrar el otoño...". (*El Araguëño*, 1994, b: 26).

#### World Music:

1.-**EE.UU.:** "Pedro Eustache... residenciado hace ocho años en Los Angeles, huye de la especialización para refugiarse en la pluralidad... Hoy, a los 37 años, forma parte de la banda de Yanni, el conocido músico griego de 'new age', ha sido discípulo de Ravi Shankar y de Hariprasad Chavrasia...". (*El Nacional*, 1996, c: C-12).

2.-**Francia:** "Orlando Poleo. Se puede ser profeta de los cueros en Barlovento y Mont Parnase. El percusionista venezolano sigue en... París... con sus tamboras". (Tucker, 1996, a: B-7).

3.-**Holanda:** "El segundo CD de Gerardo Rosales, grabado por el sello holandés Challenge Records, se titula *Venezuela Sonora*. Quiso... este percusionista... una muerte representativa de... el prisma cultural venezolano... en su vertiente folklórica". (Navarro, 1996: B última).

#### IV. Técnico:

1.-**EE.UU.:** "Carlos Sogbe, un joven venezolano residente en Miami, es uno de los tres nominados al premio *Grammy* en el renglón de sonido...". (*El Nacional*, 1994: B).

#### V. PLÁSTICA

1.-**China:** "Elvira Valecillos: amar la ceniza del pino sobre el frágil



papel de arroz. Nació en Trujillo. Pasa sus vacaciones en San Felipe y vive en Pekín, ciudad donde aprendió el arte de la pintura tradicional china". (Villar, 1994: c-1).

**2.-Corea del Sur y Polonia:** "La Primera Dama de la República, señora Alicia Pietri de Caldera, entregó medallas y diplomas a seis niños venezolanos ganadores de dos concursos de Pintura Internacional celebrados en Polonia y Corea del Sur". (*La Tarde*, 1994: 14).

**3.-EE.UU.:** "Elba Damast nació en Pedernales, Delta Amacuro, y reside desde 1972 en la ciudad de Nueva York. Desde hace aproximadamente dos años no visitaba nuestro país y en esa oportunidad expuso en la ciudad de Valencia, además, se trasladó a su tierra natal, para realizar con su hijo, quien escribe guiones, un video de sus últimas instalaciones". (Lorca, 1994: 13).

**4.-Francia:** "La embajada de Venezuela en Francia inauguró en los salones Arturo Michelena y Cristóbal Rojas la exposición individual del artista venezolano Elohim Fera, residenciado desde 1977 en ese país". (*El Diario de Caracas*, 1994: 6).

**5.-Suecia:** "Alfonso Poblete, artesano orfebre y joyero, residenciado en Mérida... luego de realizar una exposición en la Galería Rosas Kallare de Estocolmo, ha sido favorecido de una beca para trabajar en Suecia por varios meses". (Pérez, 1993: A-5).

## VI.-TV-TELENOVELAS

**1.-Arabia Saudita, China, Italia, Japón, Portugal y Rusia:** "Novelas como *Morena Clara*, *María Celeste*, *Cara Sucia*, *La Revancha*; películas hechas para televisión, comedias como *Bienvenidos*, musicales y programas infantiles, serán vistos por japoneses, rusos, portugueses, chinos, italianos e inclusive árabes". (Aranguren, 1994).

**2.-Argentina:** "Carlos Mata graba por primera vez una telenovela en Argentina y concretamente para Telefe (canal 11) en Buenos Aires". (AFP, 1993: 3-16).

**3.-Chipre:** "Periodista caraqueño es censor de telenovelas en TV de Chipre... dentro de las producciones dramáticas le ha correspondido trabajar en algunas series venezolanas que hoy exhibe la televisión chipriota, caso específico la telenovela 'Cristal' de Radio Caracas Televisión...". (Boscán, 1993: C-3).

**4.-España:** "Coraima Torres protagonizará comedia en España... actualmente se presenta la telenovela 'Kassandra' que también protagonizará Coraima junto a Oswaldo Ríos, y es en este momento el segundo programa más visto de España, con una audiencia por encima de seis millones de personas". (*El Araguense*, 1994, c: 20).

**5.-EE.UU. 5.1.-** "La actriz... María Conchita Alonso hizo un paréntesis en las grabaciones de la telenovela 'Alejandra' y viajó el fin de semana a Estados Unidos para desempeñar el papel principal de la miniserie Texas, informaron sus representantes". (UPI, 1994: A-8).

**5.2.-** "Jaime Araque irá a Los Angeles como presentador del premio Hard's private club awards, que se... transmitirá por... Un'visión". (*El Nacional*, 1990, b: B).

**6.-Grecia, Líbano y Rumania:** "Dos telenovelas de Venevisión, fueron adquiridas por importantes televisoras del Líbano, Grecia y Rumanía, las mismas empezarán su transmisión el próximo año...". (*El Impulso*, 1994).

**7.-Estonia, Lituania, Polonia y Rumania:** "'Peligrosa' viaja a Europa del Este. La novela transmitida por Venevisión está siendo vista en Polonia, Rumanía, Estonia y Lituania con tanto éxito que se ha motorizado el traslado de Emma Rabbe, Elizabeth Morales y Rosalinda Serfaty

para tener contactos con la prensa local de cada uno de estos países, donde se interesan por la vida y obra de las actrices". (Tucker, 1996, b: B-10).

Tal como hicimos la síntesis de lo negativo procederemos de igual manera con lo positivo, recalcando que aunque son actos individuales, por el hecho de tener cobertura en la prensa y en los medios audiovisuales se convierten en colectivos y contribuyen a crear la imagen de Venezuela. Resumiendo el número de países y el tipo de actividad realizada tendríamos: 1)Arabia Saudita (1); 2)Argentina (1); 3)China (2); 4)Chipre (1); 5)Corea del Sur (1); 6)Ecuador (1); 7)España (2); 8)Estados Unidos (11); 9)Estonia (1); 10)Francia (2); 11)Grecia (1); 12)Holanda (1); 13)Inglaterra (1); 14)Italia (2); 15)Japón (1); 16)Líbano (1); 17)Lituania (1); 18)Polonia (4); 19)Portugal (1); 20)Rumania (1); 21)Rusia (1) y 22)Suecia (2).

Sumando las dos listas con presencia de venezolanos nos da un total de treinta (30) naciones, de tres continentes (América, Asia y Europa), lo que ejemplifica la realidad de la globalización tanto como intercambio y contacto cotidiano entre los países como la multiplicación de los actores en juego.

## EL ESTADO 24 DE VENEZUELA: FLORIDA

Hasta aquí hemos analizado el efecto de la globalización sobre la imagen de Venezuela a partir de acciones individuales en treinta países del mundo, queremos ahora la construcción colectiva de comunidades étnicas de venezolanos en el exterior. Comunidades clasificadas como bi-culturales-binacionales (González, 1991), es decir, aquellos grupos humanos que poseen una doble vertiente cultural basadas en sus adscripciones nacionales, para este caso será el de venezolanos-estadounidenses, específicamente los residenciados en Miami y el resto del Estado de Florida.

### ¿CUÁNTOS SON?

Como muchas cosas relacionadas con las estadísticas de población en Venezuela, el número exacto de

venezolanos en Miami no se conoce, por lo que nos guiaremos por algunas aproximaciones. En 1992 se afirmaba: "Hasta hace unos tres o cuatro años la población venezolana... era de unos seis mil habitantes y hoy ésta ha sido estimada en unos 20 mil: diez mil residentes y el resto población flotante" (Frontera, 1992: 7B). Para 1994: "El canciller, Miguel Angel Burelli Rivas, informó que en Miami hay 55 mil venezolanos (Rodríguez, 1994: 5). Y finalmente en 1996: "(...) aunque la cifra de los inmigrantes no ha podido establecerse, cálculos extraoficiales indican que en los últimos años habrían pasado de 10.000 a 70.000". (Reuter, 1996: D-10).

El número de 70.000 es altamente significativo, para tener una idea del mismo podemos compararlo con el siguiente: de acuerdo con diferentes apreciaciones la comunidad étnica judío-venezolana está formada por 20.000 o 50.000 miembros, según el criterio sea endógeno o exógeno -en cualquier caso menor al mundo de miamenses-venezolanos- y es muy reconocida la importancia de los judíos-venezolanos en el comercio, la banca, la medicina y la cultura, aunque no nos sea dable extrapolar con lo de venezolanos en Florida, pero bien puede servirnos de referencia para presentar el impacto social.

Estas migraciones parecieron orientarse en el eje de la continuidad y no de la ruptura entre el lugar de origen y el de destino, tal como se evidencia en uno de los momentos más dramáticos del ser humano cual es la muerte. Observamos dos avisos mortuorios publicados en la ciudad de Caracas, en uno se participa la muerte del deudo en Miami y en el otro el recordatorio de un mes de la partida con Misas en Caracas, Valencia y Miami Beach (*El Nacional*, 1995, b y 1996, c).

## ¿DE QUÉ VIVEN?

Uno de los argumentos en boga de los xenófobos a nivel mundial es el de afirmar que los inmigrantes parasitan la economía del país receptor, veamos qué se decía sobre los venezolanos en Miami en 1992:

"(...) ha disminuido el número de propiedades en manos venezolanas (casas y apartamentos) que en algún momento era de unos 60 mil y

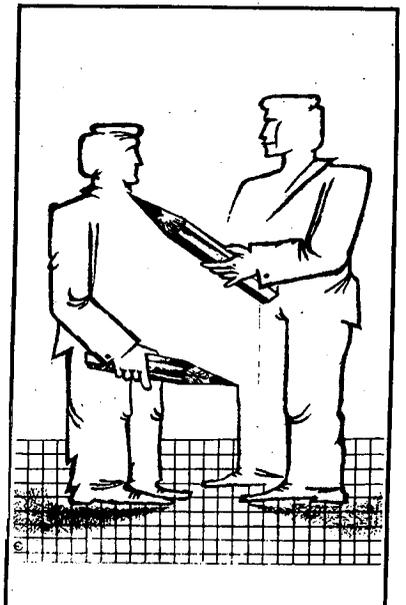
ahora anda por el orden de los 20 mil... Hay unos 800 negocios venezolanos, representados en la zona; 17 bancos, gente de la farándula y unas mil quinientas entrevistas registradas de solicitudes para que niños venezolanos entren a estudiar al sistema escolar del condado de Dade". (*El Diario de Caracas*, 1992).

Esta impronta económica siguió aumentando con el tiempo, en 1994 se afirma: "Según los cálculos correspondientes al año 1994... La suma de la cantidad de dólares movilizados tanto por exportaciones como por importaciones coloca a Venezuela en el cuarto lugar, con 2.050 millones de dólares... Venezuela sigue siendo uno de los mercados más importantes del mundo para Miami, ya que aquí existe una presencia de empresas venezolanas mucho mayor que las que tienen República Dominicana, Brasil o Argentina, que crean un número muy importante de empleos". (Ledezma, 1996: E-1).

Para 1996 estas son las opiniones: "(...) la cámara de comercio venezolano-americana... señala que el número de empresas registradas ha aumentado en 40% en el último año". (Reuter, 1996: d-10). Sobre el turismo: "(...) 356.600 viajeros venezolanos visitaron este destino el año pasado y gastaron más de 414 millones de dólares. Se presume la existencia de un subregistro no oficial cercano a las 100 mil personas que viajan al sur de Florida en el día y regresan en la noche... es notable que el 40%... llegue siempre a casa de familia y amistades, ubicadas principalmente en áreas como Miami Beach, Sunny Isles, North Dade y el centro de la ciudad". (Sayago, 1996: E-1).

## LA RE-ETNIZACIÓN: NUEVAS ETNIAS DE LOS VENEZOLANOS EN LA DIÁSPORA

Toda migración internacional produce un efecto traumático en la identidad cultural del migrante, éste puede optar entre la asimilación al grupo receptor a través de la aculturación, la resistencia o la fusión de elementos entre ambos grupos (receptor y dador) produciendo una cultura alternativa que dará origen a nuevos conglomerados étnicos: los



biculturales-binacionales, para nuestro caso: los venezolanos-miamenses.

Para lograr esta tercera posibilidad es necesario desplegar por parte del grupo dador una activa decisión de mantener el núcleo central de sentido de su etnicidad, creemos que los Venezolanos-Miamenses se han decidido por este camino. Han desarrollado mecanismos que les aseguran su identidad cultural venezolana, utilizando orgullosamente el gentilicio, motivaciones patrias, manifestaciones artísticas, costumbres culinarias y creando organizaciones propias, sin dejar de lado la participación en el universo cultural de la comunidad receptora, sobre todo para afianzar posiciones que fortalecerán las redes informales de solidaridad entre los venezolanos-miamenses. Por los límites de este criterio nos limitaremos a señalar sólo los dispositivos reforzadores de la etnicidad venezolana.

## UTILIZACIÓN ORGULLOSA DEL GENTILICIO

Homenajes públicos a venezolanos en los cuales se resalta su origen nacional, por ejemplo: "El gobernador Morel... fue distinguido Hijo Ilustre de la Ciudad de Miami... en ocasión de celebrarse ayer el Día Nacional de la Bandera, fecha que la comunidad hispana de esta ciudad... escogió para honrarle como el nom-

bre del Primer Mandatario de Nueva Esparta atendiendo a las buenas relaciones... entre Margarita y Miami, siendo el único personaje de Venezuela en obtenerlo". (Quijada, 1993: 3). El de Galarraga: "El próximo 8 de julio en el 'Joe Robbie Stadium' de la ciudad de Miami, le será rendido homenaje al jugador venezolano Andrés Galarraga... 'El Gato' recibirá el homenaje por parte de una serie de personalidades de su país...". (*El Globo*, 1994: 38). Y el de Jiménez: "El Coplero de Oro de Venezuela" Cristóbal Jiménez viajó a Miami para estar presente hoy sábado en el... homenaje que le ofrecerá el alcalde de esa ciudad... Steve Clark, quien decretará de manera simbólica el 'Día de Cristóbal Jiménez'". (*Panorama*, 1994: 3-6).

### MOTIVACIONES PATRIAS

La celebración del 05 de julio de 1993: "Cristóbal Jiménez a Miami. El...cantante... ha sido invitado para estar presente en las celebraciones del Día de la Independencia de Venezuela...". (*El Siglo*, 1993, a: A-11). Y en 1994: "(...)los venezolanos residentes en Miami montaron una gran fiesta para conmemorar el Día de la Independencia... Los presentes, según información suministrada por Osvaldo Muñoz, coordinador del Comité 5 de julio, se sintieron como en suelo venezolano, pues el 'Rancho de mi Llanura', se convirtió... en el escenario folklórico por excelencia". (Muñoz, 1994: 3-8). En 1996: "Este viernes 22, a las 11 de la mañana en Eola Park en Orlando se devela un busto del Libertador". (Kiko, 1996: B-5).

### ARTES

**Plástica:** "Manuel, quien también es gerente de operaciones del Museo, expone junto a Fernando Sucre, en el Ocean Bank, 'Venezuelan Talents living in Miami', muestra patrocinada por la Cámara de Comercio venezolana". (Fuentes, 1991, c). **Música radiada:** "(...)un señor de apellido Guerrero que tiene un programa de radio dedicado a los venezolanos, el cual transmite conciertos de cuatro... anunció que se prepara una escuela para enseñar a los venezolanos y norteamericanos a tocar el típico instrumento... La emisora... se llama radio melodía y

transmite el programa en español todos los días entre ocho y nueve de la mañana". (Venpres, 1993, b: 13). Sabemos que Hernán Gamboa "(...)mantiene en Miami un programa dedicado a nuestra música, en el cual además incluye entrevistas, noticias y comentarios sobre el país...El espacio radial se transmite todos los martes y jueves entre 12:30 y 1:30 de la tarde, a través de la estación Unión Radio". (*El Periódico*, 1993: 17). La celebración del 35 Aniversario de la Orquesta "Los Melódicos" se transmitió en vivo por una emisora de Miami. (*El Siglo*, 1993, b: c). Sobre las gaitas: "Ya consiguen Harina Pan a 1,50 dólar, se acostumbraron al café cubano y no tienen problemas en tomarse su Polar, tercera en ventas dentro del renglón de cervezas importadas. Hasta gaitas en vivo escuchan a destiempo, por lo que el grupo local, 'Venezuela en gaitas', abarrota el Club Tropigala cada vez que se presentan". (Fuentes, 1991, b: 30).

### COCINA

"En la calle 8 y la Avenida 15, el corazón de Little Avane, hoy venida a menos, un venezolano de 25 años, Claudio Sánchez, abrió junto a su esposa El Arepazo. Hay diez 'areperías' en Miami, varios lugares para comer cachitos, como Don Pan en la calle 8 y La Jeune tiene una sucursal". (Masó, 1996: D-4).



### ORGANIZACIONES ÉTNICAS

**Prensa:** "El Heraldo de Broward": un periódico margariteño en EUA". (*Diario Insular*, 1993: 15); "Es grato conocer el impulso periódico que Roque Rodríguez y su equipo imprimen en la publicación El Venezolano, un periódico que circula en la ciudad de Miami" (*Diario de la Costa Oriental*, 1993: 3) y "Richard Izarra... Editor and Publisher de otra revista 'Producción', única existente en el mercado de Estados Unidos, dirigida a informar sobre el universo del cine, la producción y el video hispanos". (Fuentes, 1991, b). Además existen la Cámara de Comercio Florida-Venezuela y la Fundación Venezolana de Estados Unidos.

### BUSCANDO CONCLUIR

Mientras la pugnacidad de las diferentes fuerzas que operan en el interior del país no permite avizorar cuáles son las principales tendencias que emergerán triunfantes, el reacomodo de las relaciones Venezuela-Mundo quizás pueda darnos algunas pistas. Nuestras hipótesis operativas preliminares apuntan a pensar en *primer lugar*: la imagen nacional de lo que es Venezuela tenderá a conformarse alrededor de las principales tendencias que nuestra imagen de país tenga en el exterior. En *segundo lugar*: la definición de qué es el venezolano actual y cuál puede ser su futuro, tendrá como uno de sus espacios fundamentales para concretarse el escenario internacional. En *tercer lugar*: la condición de pionero (en el sentido de pioner estadounidense) del migrante venezolano lo obligará a dar de sí el máximo de su potencial para vencer las condiciones adversas en que se desempeña, lo cual se traducirá -tarde o temprano- en la creación de elementos para discutir nuestros patrones de identidad, a partir de la cristalización de las nuevas etnias de los venezolanos de la diáspora. Y *cuarto*: siendo la migración la forma extrema en que se enfrenta un país como Venezuela a la globalización, los cambios que en ese sentido han comenzado a efectuarse marcarán de una manera distintiva la relación Venezuela-Mundo, al menos para el próximo siglo. Sobre estas hipótesis

-ver en el exterior el efecto espejo- es que dirijo mis pensamientos.

De estas reflexiones no he salido indemne, a pesar de mi agonística (recordando a Unamuno) pasión nacionalística, que me han vuelto internacional los familiares y amigos en el exterior, las noticias de los países donde viven las leo con avidez de quien se sabe próximo, quizás nos ha vuelto más planetarios la globalización. Pero Venezuela ha llegado tarde, con pocas y recientes experiencias. Debemos aprender de los chinos, libaneses, canarios, italianos. Prefiero pensar que me volvieron grande a Venezuela y no que se me fue en pedazos. Ahora somos dos frente al espejo: los que decidimos quedarnos por saber que moriríamos de lejanía y los que se decidieron con toda su carga de dignidad intacta a intentar desarrollar su humanidad en otras tierras. Los dos tenemos razón. Los dos nos necesitamos.

## FUENTES

Nota: Este artículo es un adelanto de la investigación que viene realizando el centro de Investigaciones Socio-Culturales de Venezuela (CISCUVE), ONG, financiada por el CONAC (a través de la Dirección de Desarrollo Regional) y la Cámara de Diputados del Congreso Nacional, a través de las Comisiones de Cultura y de Finanzas y participa de la misma línea de investigación que el Proyecto N° 07-13-3217-94, del CDCH de la UCV, el cual estoy realizando en la actualidad. El procesamiento de la información hemerográfica sobre los venezolanos en el exterior fue realizado por la asistente de investigación Prof. Moraiba Pozo.

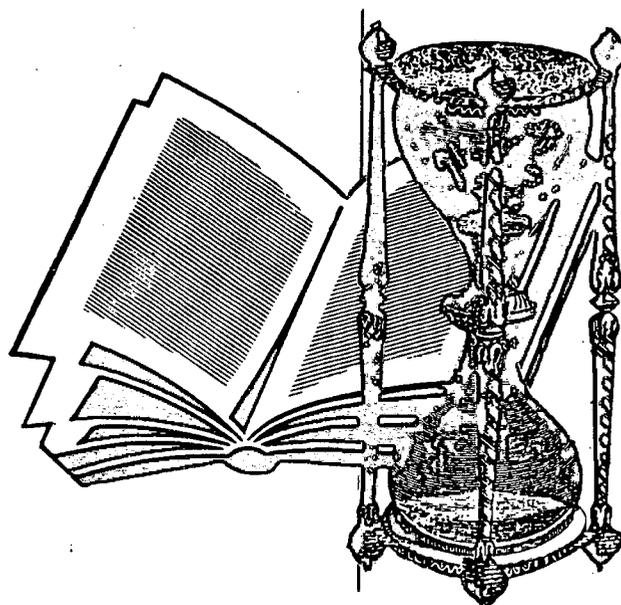
- AFP (1996). "Gobierno brasileño. Retrasan decisión sobre asilado venezolano", *El Nacional*, 24 de agosto, A-7.
- Ameruso, Angela (1995). "Pedro Seglimbeni y Ana Beatriz Manzanilla realizarán estudios de perfeccionamiento", *El Impulso*, 11 de enero, C 1.
- ANSA (1996). "Seis años de prisión a venezolano en Italia por violar a su hija", *Últimas Noticias*, Caracas, 23 de junio, p. 59.
- (El) Aragüño: (1994, a) "Cineasta venezolano ganó premio en Polonia", *El Aragüño*, Maracay, 6 de junio.
- (1994, b) "Grupo cubano-venezolano "Guayuco" calienta la noche madrileña", *El Aragüño*, Maracay, domingo 2 de octubre, p.26.

(1994, c) "Coraima Torres protagonizará comedia en España", *El Aragüño*, Maracay, viernes 26 de febrero.

- Arenas, Zayira (1996, a) "A tono", *El Nacional*, sábado 03 agosto, C-15.
- (1996, b) "Manos que acarician las notas del jazz", *El Nacional*, Caracas, viernes 23 agosto, C-8.
- Associated Press (1994, a) "Diez años de prisión para el general Sánchez Paz", *El Globo*, Caracas, martes 19 de abril, última (1994, b) "Gómez López está en España y Roger Urbina en Argentina", *El Regional*, Ciudad Ojeda, viernes 4 marzo, p. 30.
- (1994, c) "Venezolano arrestado tratando de ingresar animales de contrabando", *El Nacional*, Caracas, jueves 17 agosto, A-3.
- (1994, d) "Venezolano acusado de narco se fuga de cárcel dominicana", *El Nacional*, Caracas, miércoles 20 marzo, D-12.
- AFP (1993) "Carlos Mata se hace querer en Argentina", *Panorama*, Maracaibo, 26 noviembre, 3-16.
- (1994) "Cinco latinoamericanos detenidos en Suecia por tráfico de drogas", *La Prensa*, Barinas, 2 de noviembre.
- Aranguren, Lázaro (1994) "Actores venezolanos hablarán en árabe", *Última Hora*, Portuguesa, 26 de febrero.
- Barth, Fresrik (1976) *Los Grupos Étnicos y sus Fronteras*, México, Fondo de Cultura Económica, p. 204.
- Boscán, Jesús (1993) "Periodista caraqueño es censor de telenovelas en TV de Chipre", *El Impulso*, Barquisimeto, sábado 5 junio, C-3.
- Cabello, Julio Tupac (1994) "Como una aguja en un pajar", *Revista Letra G, El Globo*, Caracas, 03 abril.
- (La) Calle (1993) "En España. Venezolano acusa a compatriota de matar a diplomático de nuestro país", *La Calle*, Valencia, 27 noviembre, p. 23.
- Correo del Caroní (1994) "Experto venezolano participa en Conferencia Pana-

mericana de Calidad Total en USA", *Correo del Caroní*, Ciudad Guayana, jueves 5 mayo, D-3.

- (El) Diario de Caracas (1992) "Venezolanos tienen menos propiedades ahora en Miami", *El Diario de Caracas*, Caracas, martes 28 enero.
- (El) Diario de Carora (1994) "Venezolano Elohim Fera expone en París", *El Diario de Carora*, martes 8 marzo, p.6.
- Diario de la Costa Oriental (1993) "El venezolano' periodismo venezolano desde Miami", *Diario de la Costa Oriental*, Ciudad Ojeda, jueves 12 agosto, p. 3.
- Diario El Mundo (1995) "Dos venezolanas triunfan en Barbados versionando música venezolana en jazz", *El Mundo*, Caracas, 23 enero, p.19.
- Diario Insular (1993) "El Heraldo de Broward: un periódico margariteño en EUA", *Diario Insular*, domingo 07 marzo, p.15.
- Durán, Milagros (1996) "El Nacional en Palacio", *El Nacional*, Caracas, miércoles 07 agosto, D-4.
- EFE (1993, a) "En Portugal. Dos venezolanos condenados a ocho años cárcel por narcotráfico", *La Calle*, Valencia, 11 noviembre, p.21.
- (1993, b) "Venezolano paga multa de \$1.15 millones para evitar acción legal en EE.UU.", *El Expreso*, Ciudad Bolívar, martes 22 junio, A-3.
- (1993, c) "Escándalo financiero en Italia con detención de empresario venezolano", *Diario El Bolivarense*, Ciudad Bolívar, 13 octubre, B-8.
- (1993, d) "Tribunal madrileño. Condena a 40 años de prisión a venezolano que mató dos hombres", *Noti-Tarde*, Valencia, 15 diciembre, p.27.
- (1994, a) "Atrapada con cocaína venezolana en Santo Domingo", *Diario La Calle*, Valencia, martes 26 julio, p.21.
- (1994, b) "España: venezolana condenada a 12 años por narcotráfico", *Noti Diario*, Ciudad Guayana, viernes 5 febrero.
- (1994, c) "Preso venezolano por drogas en España", *Últimas Noticias*, Caracas, martes 13 septiembre, p.8.
- (1995, a) "En República Dominicana. Dos colombianos y un venezolano acusados de narcotráfico", *El Nacional*, Caracas, 3 marzo, D-7.
- (1995, b) "Detenida venezolana con un kilo de cocaína en raquetas y monopatín", *El Nacional*, Caracas, viernes 1 septiembre, A-7.
- (1995, c) "En Italia. Detenido venezolano con 53 kilos cocaína", *El Nacional*, Caracas, 14 marzo, D-14.
- (1995, d) "Detenidos venezolanos en yate cargado con drogas", *El Nacional*, Caracas, martes 15 agosto, A-3.
- (1995, e) "En Argentina. Detenidos venezolanos que estafan bancos", *El Nacional*, Caracas, martes 07 marzo, A-9.
- (1995, f) "En Chile. Detenidos tres venezolanos por robos en cajeros automáticos", *El Nacional*, domingo 13 agosto.
- (1996, a) "Desmantelada conexión canario-venezolana de la droga", *Últimas Noticias*, Caracas, domingo 7 julio, p.59.
- (1996, b) "La policía de España. Desarticula red de narcos procedente de Margarita", *El Nacional*, Caracas, 29 agosto, D-8.



- (1996, c) "Detenidas dos venezolanas por uso de dólares falsos", *El Nacional*, Caracas, sábado 10 febrero, D-7.
- Fuenmayor, Mervin (1994) "Continúa preso en EE.UU. cabimero que compró dólares falsos", *Diario El Regional*, Ciudad Ojeda, 14 marzo, contraportada.
- Fuentes, Elizabeth (1991, a) "Venezolanos, pero honrados (Parte I). También los cerebros se fugan hacia Miami", *El Diario de Caracas*, sábado 17 agosto, p.39.
- (1991, b) "Venezolanos, pero honrados (Parte II). En Miami se escuchan las gaitas a destiempo", *El Diario de Caracas*, Caracas, domingo 18 agosto, p.30.
- (1991, c) "Venezolanos, pero honrados (Parte III). Arte y harina pan para elevar la autoestima", *El Diario de Caracas*, Caracas, miércoles 21 agosto.
- García Mora, Luis (1996) "Al límite", *El Nacional*, Caracas, 4 agosto, D-2.
- Guanipa, Ricardo (1995, a) "DEA desmantela en Miami red de 'narco-restaurantes'", *El Nacional*, Caracas, lunes 21 agosto, A-última.
- (1995, b) "General Sánchez Paz solicitó deportación a Venezuela", *El Nacional*, Caracas, viernes 18 agosto, D-1.
- González, Enrique Alf (1991) "En Venezuela todos somos minoría", *Nueva Sociedad* (Venezuela), 111: 128-140, enero-febrero.
- Guerra, Cristóbal (1994) "Camiseta 10", *El Nacional*, Caracas, 17 julio, B-9.
- Guerrero, Sandra (1995) "PTJ pidió información a la DEA", *El Nacional*, Caracas, 8 junio D-9.
- (1996) "Tenía 24 años en mundo del delito hombre esposado y muerto a balazos", *El Nacional*, Caracas, sábado 13 abril, D-10.
- IAM (1994) "Jorge Fonseca que marca pauta en California. ¡Y es de Maracay!", *El Siglo*, 6 de enero.
- Icis Press (1992) "Diez venezolanos premiados en Italia", Caracas, Lunes 22 junio, p.32.
- (El) Impulso (1994) "La Revancha y Amor de Papel se verán en el Líbano, Grecia y Rumania", *El Impulso*, Barquisimeto, viernes 2 diciembre.
- Kiko (1996) "Feeling", *El Nacional*, Caracas, martes 19 marzo, B-5.
- Leal, Adela (1996, a) "Gobierno estudia autorizar uso de armas de guerra por hacendados fronterizos", *El Nacional*, Caracas, sábado 3 de agosto, D-1.
- (1996, b) "Delegada autorizó viaje de Caldera a Dominicana", *El Nacional*, 7.8, D-2.
- Ledezma, Carolina (1996) "En más de mil millones de dólares se redujo comercio Venezuela-Miami", *El Nacional*, Caracas, domingo 3 marzo, E-1.
- Lira, Ebert (1994) "Juzgarán en St. Marteen a marinos venezolanos traficantes de drogas", *Diario Noti tarde*, Valencia, domingo 26 junio, p.37.
- Lorca, Mirna (1994) "Elba Damast: las ferias son traumatizantes", *El Tiempo*, Puerto La Cruz, martes 9 agosto, p.13.
- Lugo, Luis Alonso (1996) "La PTJ desmanteló banda que 'limpiaba' antecedentes", *El Nacional*, Caracas, miércoles 24 abril, D-8.
- Masó, Fausto (1996) "Cien mil exilados cubanos", *El Nacional*, Caracas, domingo 1 de septiembre, D-4.
- Mata, Aquilino José (1996, a) "Metrópolis", *El Nacional*, Caracas, 7 enero, B-10.
- (1996, b) "Metrópolis", *El Nacional*, Caracas, 31 marzo, E-10.
- (1996, c) "Metrópolis", *El Nacional*, Caracas, 1 septiembre, E-12.
- Mata, M. (1995) "Dueños de Casino del Mar se encuentran en Miami", *El Nacional*, Caracas, 8.6, D-9.
- Mayorca, Javier Ignacio (1995, a) "En libertad Ronald Morett", *El Nacional*, Caracas, 11 marzo, D-4.
- (1995, b) "Preso venezolano en Florida por tráfico de heroína", *El Nacional*, Caracas, miércoles 5 julio, D-1.
- (1996, a) "Venezolana detenida en Colombia no quiere asistencia consular", *El Nacional*, Caracas, 3 septiembre, D-3.
- (1996, b) "Habeas Corpus pidió venezolana presa por droga en Colombia", *El Nacional*, Caracas, 4 septiembre, D-2.
- (1996, c) "Estados Unidos pide a Colombia extraditar a Romero Gómez", *El Nacional*, Caracas, sábado 10 febrero, D-7.
- (1996, d) "Decomiso de cocaína en Surinam apunta hacia el Cartel Deltano", *El Nacional*, Caracas, sábado 13 abril, D-10.
- Montes, María Jesús (1996) "La infidelidad de una flauta", *El Nacional*, Caracas, domingo 18.8, C-12.
- Muñoz, María Luisa (1994) "Celebrada en Miami fiesta de la Hispanidad", *Panorama*, Maracaibo, martes 5 julio, 3-8.
- (El) Nacional (1990, a) "Pionero del RAP hispano nació en Venezuela", *El Nacional*, Caracas, 23.05.
- (1990, b) "Jaime Araque animará gala en Los Angeles", *El Nacional*, Caracas, 03.10.
- (1993, a) "Producción anglo-venezolana revivela imagen de Bolívar", *El Nacional*, Caracas, 21 abril.
- (1994) "Carlos Sogbe un venezolano nominado al Grammy", *El Nacional*, Caracas, 27.01.
- (1995, a) "Del cartel de Cali. Un venezolano administraba la red de lavado de dólares en Nueva York", *El Nacional*, Caracas, sábado 10 junio.
- (1995, b) "Aviso mortuario de Antonio Manterola Salazar", *El Nacional*, Caracas, 31.3, D-6.
- (1995, c) "Aviso mortuario de Luis Alberto Pelayo García", *El Nacional*, Caracas, 18.9, D-6.
- (1996, a) "Venezolana denuncia atropello en Alemania", *El Nacional*, Caracas, jueves 22 agosto, A-3.
- (1996, b) "Angel Gracia entró al Rock Video Gallery", *El Nacional*, Caracas, martes 27 febrero, B-12.
- Navarro, Ramón (1996) "Gerardo Rosales. Tradición y vanguardia", *El Nacional*, Caracas, 19 agosto, B-última.
- (Las) Noticias de Cojedes (1994) "Venezolano condenado a cinco años de reclusión psiquiátrica", *Las Noticias de Cojedes*, miércoles, 14 diciembre.
- Olivares, Maribel (1993) "Cerebrito venezolano asombra a científico en USA", *Diario La Columna*, Maracaibo, 2 mayo, p.8.
- Panorama (1994) "Miami decreta el Día de Cristóbal Jiménez", *Panorama*, Maracaibo, 8 octubre, 3-6.
- Paul Alfonso, Carlos (1993) "Sazón venezolana en el exterior", *El Universal*, sábado 22 mayo, 4-1.
- Pérez, María Josefa (1993) "Alfonso Poblete: un joyero de Mérida reconocido en Suecia. Correo de Los Andes", Mérida, martes 18 mayo, A-5.
- (El) Periódico (1993) "Venezuela en Miami", *El Periódico*, Maracay, miércoles 9 junio, p.17.
- (1994) "Bolsa de la droga", *El Periódico*, Maracay, 12 septiembre, p.23.
- Quijada, Moresvi (1993) "Alcaldía de Miami distinguió al Gobernador Morel Rodríguez como Hijo Ilustre", *Diario Caribazo*, Porlamar, sábado 13 marzo, p. 3.
- Reuter (1994) "Un sueño materializado en goles", *El Globo*, Caracas, 9 octubre, p.5.
- (1995) "Inseguridad y crisis produce migración venezolana a Miami", *El Nacional*, Caracas, lunes 29 abril, D-10.
- Rodríguez, Gina (1994) "A media cámara", *El Globo*, Caracas, 9 octubre, p.5.
- Romero, Dubraska (1994) "Decomisaron en Inglaterra droga procedente de Venezuela", *El Globo*, Caracas, sábado 11 junio, p.56.
- Sayago, Omaira (1996) "Venezuela bajó al tercer lugar en mercado turístico de Miami", *El Nacional*, Caracas, jueves 29 febrero, E-1.
- (El) Siglo (1993, a) "Cristóbal Jiménez a Miami", Maracay, viernes 18 junio, A-11.
- (1993, b) "Cadena Radial de Estados Unidos transmitirá aniversario de Los Melódicos", *El Siglo*, Maracay, jueves 5 agosto.
- (La) Tarde (1994) "Merecido reconocimiento a niños ganadores en concurso de Pintura Internacional", *La Tarde*, Ciudad Bolívar, miércoles 8 junio, p.14.
- Tucker, Erika (1996, a) "Se puede ser profeta de los cueros en Barlovento y en Mont Parnase", *El Nacional*, Caracas, miércoles 3 abril, B-7.
- (1996, b) "'Peligrosa' viaja a Europa del Este", *El Nacional*, Caracas, 2 abril, B-10.
- UPI (1994) "María Conchita Alonso estrella principal de miniserie de la ABC", *Última Hora*, 30 mayo, A-8.
- VENPRES (1992) "Venezolanos se van a La Florida sin saber con qué se encontrarán", *Frontera*, Mérida, martes 28 enero, 7B.
- (1993, a) "Honoris Causa entrega Universidad ecuatoriana a diplomático venezolano", *La Noticia de Cojedes*, Cojedes, sábado 22 enero.
- (1993, b) "Fiebre del cuatro invadió a Miami", *El Tiempo*, Puerto La Cruz, jueves 7 enero, p.13.
- (1994) "Premiado venezolano por protección a la capa de ozono", *Las Noticias de Cojedes*, domingo 30 octubre, p.6.
- Villar Liste, Violeta (1994) "Amar la ceniza del pino sobre el frágil papel de arroz", *El Impulso*, Barquisimeto, viernes 12 agosto, C-1.
- VMT (1994) "Jairo Franco se perfecciona en Nueva York", *Diario La Nación*, San Cristóbal, viernes 18 febrero, D-7.

# La otra mitad del sol, una telenovela de Colombia

Antonio Almeida



**L**a otra mitad del sol es una telenovela producida en Colombia y ambientada en Bogotá en el primer quinquenio de la década de los 90. Para el momento de redactar estas notas, es transmitida por RCTV (Radio Caracas Televisión) en el espacio estelar luego de la telenovela venezolana *Volver a vivir*, de lunes a sábado, en capítulos de media hora de duración, sin créditos que señalen la ficha técnica, con la excepción de la canción, que construye la banda sonora de la presentación y transición de los bloques narrativos, interpretada por la cantante italiana Laura Pausini y que en el transcurso de la emisión de los 70 capítulos iniciales, se situó en los primeros lugares de preferencia disquera nacional.

Aparenta como locación central, la universidad La Salle. Las otras locaciones urbanas, las viviendas y sitios de frecuentación de profesores y alumnos: apartamentos, casas, restaurantes, centros nocturnos, y algunas calles y fachadas de inmuebles sugieren clase media profesional. Sirven también como ambientación fincas situadas en los afueras de la ciudad, así como espacios rurales distantes de la capital, ubicados geográficamente en el Departamento de Boyacá. Las construcciones en estudio son cónsonas con la trama y con los personajes que las utilizan. El contraste de estilos de arquitectura es el que encontramos en la capital colombiana hoy en día. El vestuario de los personajes, el transporte, usos, costumbres y habla,

mantienen el rigor en cada una de las épocas que evoca la trama de *La otra mitad del sol*.

La historia se centra en el tema de la reencarnación, cuya actualidad está relacionada con la multiplicación en diversos medios norteamericanos y europeos de temas como los ángeles, las regresiones, sectas en holocausto, visitantes extraterrestres, que si bien son temas de interés permanente, en la presente década han sido catapultados con un vigor inusitado. En nuestro medio, este tema guarda relación con el éxito de librería *Muchas vidas, muchos sabios*, del psiquiatra estadounidense de origen judío Brian L. Weiss, a quienes los televidentes venezolanos vieron en 1995, efectuar una "regresión en directo" a una actriz de la pantalla chica.

La trama inicia con los reiteradas pesadillas que tiene Felipe en torno a la muerte de una mujer desconocida. Felipe Saénz, antropólogo, está casado con Soledad, médico y docentes ambos en la universidad, quien le convence que hable con Diana Robledo, psicoanalista de La Salle, con quien ella mantiene terapia. Felipe reconoce en Diana a la mujer que aparece en sus sueños. El conflicto sentimental se complica a partir de ese momento pues Soledad, movida por los celos, abandona los sesiones y decide seguir su terapia con el profesor y psicoanalista Patricio Camacho, antiguo novio de Diana.

La terapia de Felipe, asumida de manera ortodoxa, deriva hacia la hipnosis y es en estas sesiones donde el protagonista comienza a dar forma

a las razones que le impiden formular la deseada separación de su mujer: temo abandonar al ser amado. Para entenderlo Felipe con la ayuda de la hipnosis ha viajado en el tiempo durante tres momentos distintos de la historia, donde sólo existen dos cosas comunes: la joya que representa la mitad de un sol, que interpreta como símbolo de amor, y una mujer que no es otra que su terapeuta.

Diana por su parte, se involucra en el conflicto al recurrir a la hipnosis ya que se da cuenta que la interpretación, como herramienta fundamental del psicoanálisis, no resulta eficaz. Ella posee *La otra mitad del sol*, detalle que Felipe ignora, como también ignora que, a través de sus regresiones, va descubriendo momentos de la historia familiar de la psicóloga que ella misma desconoce y rechaza, con mucha tenacidad femenina y limitados argumentos psicoanalíticos.

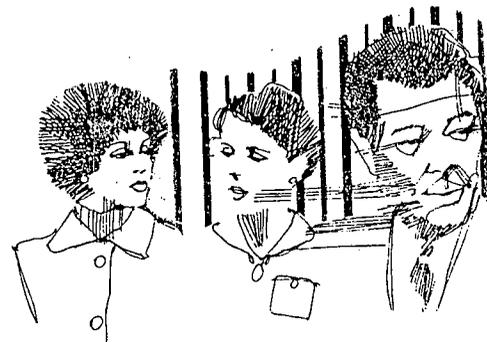
En los capítulos transcurridos hasta el presente y guiados argumentalmente por la búsqueda del objeto centro de la telenovela -un medallón que representa el sol partido en dos- hemos observado tres relatos, uno en tiempo presente, otro en pasado próximo y el tercero en pasado lejano. El presente que ocupa un espacio considerable en el discurso con dos personajes centrales, Felipe y Diana, quienes se desenvuelven en el medio universitario bogotano y en algunas localidades del interior, y cuya acción en apretada síntesis ya enunciamos. El segundo relato, siempre en *flash back*, ocurre en la época de la Independencia neogranadina, recreada en planos hábilmente encuadrados en los protagonistas, que sugieren una finca regia abierta al campo, dos mansiones coloniales, un mercado de aldea, una cárcel, un cementerio, parajes bucólicos y la cordillera de los Andes.

El esposo de María Antonia, el sargento Juan Agustín Moreno, militar patriota, decide antes de salir en campaña, comprar un medallón, dividirlo en dos partes y en promesa de amor eterno llevara cada uno de los esposos la mitad de la joya. El epílogo es trágico, María Antonia no sabrá perdonar a su esposo la infidelidad y morirá de amor. El tercer relato está ubicado en los años 40 del presente siglo y reconstruye con fidelidad los ambientes exteriores e

interiores de Bogotá. La acción gira en torno a los sucesos que se desencadenaron al conocerse el asesinato de Jorge Eliécer Gaitán y en los cuales están involucrados los amantes poseedores del medallón, esta vez Jorge Rincón, un clase media bogotano y Mariela, una joven humilde, quienes no logran unirse ya que ella durante los sucesos muere alcanzada por una bala. Una cuarta unidad de narración la constituye la secuencia-síntesis, que se ubica al comienzo y al final de cada capítulo, sonorizada con la canción *Inolvidable*, vocalizada por Laura Pausini que se percibe como el sueño-pesadilla recreado posiblemente en los años 40 y que se da en el recinto de la universidad y en los exteriores de un aeropuerto. La comprensión del mismo pasa por el desciframiento de los versos que recita María Antonia en el relato colonial. Como constante, en cualquiera de los épocas señaladas, están el sol partido en dos mitades y el dueto protagónico.

La recreación de cualquiera de estas tres épocas sugeridas en la telenovela (1819-1948-1995) nos aleja de los acostumbrados espacios cerrados, poco convincentes. Con acciones más sugeridas que mostradas, aunque conservando su carácter melodramático, la producción de *La otra mitad del sol* juega de manera inteligente con una forma de expresión que nos recuerda la acción cinematográfica, no sólo por la edición ágil y en ritmo armonioso, sino también por la riqueza/austeridad de los decorados, los cambios de ambientes, épocas, o lugares, que no afectan la narración, la calidad de composición de la imagen fotográfica, el uso de la cámara, el desplazamiento actoral y la utilización adecuada de recursos técnicos para evocar momentos anteriores.

En cada unidad de tiempo encontramos el predominio de un estilo audiovisual diferenciado. Las acciones de 1819 revelan rasgos épicos del cine. 1948 es esencialmente un reportaje de televisión cuando detalla el dramatismo del *Bogotazo* con varias secuencias de planos cortos trabajados con *squeezoom*. Las imágenes tanto de la presentación como del cierre de cada capítulo, constituyen un homenaje al cine clásico cuando nos evoca *Casablanca* de Michael Curtiz. Los meandros por



donde nos conducen los libretistas son túneles del tiempo, donde la noción de presente está siempre relacionada con la vigencia social, como veremos más adelante.

Igual que en telenovelas anteriores como *Escalona*, *Sueños y espejos*, *Las aguas mansas*, o *La casa de las dos palmas*, *La otra mitad del sol* está invariablemente vinculada con el país donde se origina, Colombia, bien sea para glorificar personajes o exaltar el contexto social en el cual ellos se desenvuelven. La fuerza persuasiva de la narración reside en el tono categórico que componen los personajes protagónicos, bien definidos en su perfil, con un lenguaje expresivo y contundente. La telenovela colombiana toma de las producciones brasileñas el afán de llevar a la pantalla pequeña la vida diaria con un verismo maniqueísta. El personaje de Felipe en su ambigüedad afectiva compone un papel sólido. Es un héroe ambiguo.

El pacto versificado de María Antonia y Juan Agustín en 1819, señala como condición que los poseedores de cada mitad del medallón están destinados a encontrarse y unirse.

“Una espada para defender la patria  
un sol para defender tu amor,  
medio sol en tu pecho  
y un solo corazón  
unido en el amor.  
En la cumbre de la torre  
los amantes serán citados,  
sólo la luz de un sol completo  
convertirá la fatalidad en amor  
eterno”.

Hasta aquí el argumento encaja en la gran temática de la telenovela tradicional. Lo que la hace distinta es la manera como la historia es contada,



la pasión convertida en fatalidad es el nudo gordiano que la protagonista debe romper para alcanzar la felicidad y la única condición que se le impone es amar. Pero es la incapacidad de Diana para aceptar afectivamente a Felipe el pretexto que sirve para extender la trama. Ella sigue anclada en el binomio María Antonia/Mariela, sus dos vidas anteriores, quienes asumen el amor pasión como una entrega absoluta, ideal. Es el llamado amor objetivo, una forma de volcar todo para que el ser amado sienta plena felicidad. En este comportamiento se desvanece la personalidad de la sacrificada y su yo profundo queda subordinado al prójimo, entendiéndose un desengaño como una renuncia, y la muerte física confirma este comportamiento. Es el amor/comunión a la manera de Eloísa y Abelardo o Tristán e Isolda, que pregona Ramón, suerte de abate Blanes en la Cartuja de Parma, quien achaca a Diana el fracaso del amor así entendido -en la mejor tradición judeocristiana- por no aceptar incondicionalmente a Felipe, en 1819 y en 1948.

La organización del discurso se da en dos niveles, presente-pasado con un paralelismo de construcción que va a repetirse en diversas escenas, como por ejemplo, la primera vez que hacen el amor Felipe y Diana (presente) se enlaza con el mismo acto de Catalina y Juan Agustín (pasado lejano) y los besos apasionados de Mariela y Jorge (pesado próximo), gracias a una hábil edición de imágenes consolidada en una banda sonora acorde.

## UN GUERRERO NEOGRANADINO

Es indudable que la intención de reivindicar lo colombiano se palpa a

todo lo largo del discurso, no ya como en *Especiosos y sueños*, diseñada en tiempo presente y soportada en el trinomio familia de abolengo-periódico de tiraje nacional y guerrillas secuestradoras. *La otra mitad del sol* es un proyecto con ambición que pretende abarcar 176 años de la vida de un país, realzando aquellos momentos de mayor interés que puedan arrojar dividendos sociales hoy. Hay referencias cinematográficas que surgen, *1900* de Bertolucci y *Rojos y blancos* de Jancso. En el caso que nos ocupa los personajes desempeñan un rol importante en cada acontecimiento y si bien no modifican la historia *per se*, imprimen cambios en su comportamiento emocional, que a finales de cuenta es una manera de hacer historia. El hecho ficcional tiende a ser confundido con el todo histórico y es uno de los aciertos del libreto que busca así aportar lo valorativo de lo nacional a un país estremecido por la violencia, el desgaste político y la droga. Resulta interesante esta posición de un sector de la intelectualidad del vecino país, posible gracias al sentido social de los grupos que manejan los medios de comunicación.

Si refrescamos los textos de historia, el año de 1819 encuentra a Bolívar afianzado en la Rivera Sur del Orinoco, en Angostura, donde ha logrado cerrar alianzas con los libertadores de Oriente y atraerse al caudillo llanero José Antonio Páez. Poseedor de una visión de conjunto lúcida -que aún hoy asombra- decide conquistar nuevamente el virreinato de la Nueva Granada y su cabeza visible, Santa Fe, joya preciosa de la corona española. Estratega consumado anuncia sus planes pero no dice cómo los va a ejecutar. Invadirá en pleno periodo de lluvias atravesando el llano venezolano y escalando el páramo más hostil, el de Pisba, para situarse a menos de 200 kilómetros de Bogotá. Cerca del páramo, en el sitio de Boyacá, derrota a las tropas españolas el día 7 de agosto de 1819. La historia es conocida y el paso de los Andes está inscrito como uno de los hechos guerreros más notables del mundo occidental.

Ya en territorio neogranadino esas tropas diezmadadas y mal pertrechadas requerían un apoyo logístico y es allí donde juega un papel im-

portante Santander, más como organizador que como militar. La historia le asigna una gran capacidad organizativa y un manejo meticuloso e interpretativo de las leyes, que buena parte de sus compatriotas han heredado.

*La otra mitad del sol* pretende imponer una imagen de Santander guerrero que no corresponde a los hechos históricos. En boca de Juan Agustín: "... en las batallas mi General Santander es un feroz guerrero, pero en asuntos de mujeres es todo un caballero" (Aldea de Paya, 1819). El vestuario de Santander con dormán y charreteras de General en Jefe nos sugiere un personaje bélico. Sabemos la escasa actividad militar del cucuteño Francisco de Paula Santander y resulta inexacto atribuirle el rango de General en Jefe de Los Llanos. "A la llegada de Morillo a nuestra Patria, se retiró a los Llanos Orientales y fue nombrado jefe de los soldados llaneros. Estos pidieron que los mandara el bravo José Antonio Páez, natural de aquella región y, aunque Santander renuncia a favor de Páez, siguió con él la tarea de adiestrar las tropas republicanas" (*Historia de Colombia y Educación Cívica*. Javier Gutiérrez Villegas, Editorial Bedout S.A. Medellín, 1975).

El relato que tiene como fecha de historia 1948, contra su intensidad dramática el 9 de abril de ese año, cuando en una céntrica calle de Bogotá el sicario Juan Roa ultima al caudillo liberal Jorge Eliécer Gaitán.

En la telenovela el personaje de la época recibe el nombre de Jorge Rincón y frecuenta una cafetería donde conoce a Roa, un desempleado que le muestra un revólver comprado "con un dinero que le dio un doctor para que hiciera un encargo". Ese día Jorge (el Felipe de 1948) contempla la muerte dos veces. Ve los restos despedazados de Roa cuando la muchedumbre enfurecida los arrastra y más tarde tiene que recoger el cadáver ensangrentado de su amante Mariela (Diana en 1948), víctima de un francotirador.

Bogotá acogía en aquel momento la IX Conferencia Panamericana, con delegados de toda América. Un cubano invitado a la Conferencia, de origen gallego y formación jesuítica, Fidel Castro Ruz, cuenta que sorprendidos por el suceso, varios delegados se reunieron con líderes estudiantiles

liberales para intentar una dirección política "pero aquello no obedecía a ninguna orientación política", era una multitud sedienta de rencor y venganza contra los conservadores. El país entero fue convulsionado de tal forma que aún hoy las nuevas generaciones de colombianos viven las consecuencias de esa violencia.

La historia tal como la oímos en relatos orales o la conocimos en textos políticos, se confunde en la telenovela con la ficción. El uso de técnicas de postproducción como el efecto de cámara lenta, el sepia o el blanco y negro, la banda sonora que incluye parte de noticieros radiales, contribuye a esta fusión de realidad y ficción.

## EL CHAMÁN TIENE RAZÓN

Cabalgando de manera apresurada las tesis del suizo Jung y de los mitos colectivos, el libretista coloca al psicoanálisis en minusvalía. Jung insistía en que nuestro inconsciente carga los conflictos, no sólo de nuestra infancia, sino también todas las angustias anteriores de la humanidad. Fue uno de los planteamientos que lo distanciaron de Freud.

El psicoanálisis recurre a la interpretación para lograr develar en el paciente sus contenidos ocultos, superficiales o profundos; supone que nuestras experiencias están determinadas por el inconsciente y que la mejor forma de traer a la conciencia la "información" vivencial es mediante la interpretación que el terapeuta hace de esta información que le suministra el paciente. Esto genera una dependencia ya que el descifrador del contenido es el terapeuta.

Jung intenta ir más lejos cuando afirma que la mente al explorar el símbolo, es conducida a ideas que yacen más allá del alcance de la razón y ya que existen innumerables cosas en ese lugar alejado del entendimiento humano, nos vemos obligados a usar términos simbólicos para representar los conceptos que no podemos definir o entender de un todo. Este uso consciente de los símbolos es un aspecto de un hecho psicológico de gran importancia: el hombre también produce símbolo, inconsciente y espontáneamente, en forma de sueños.

En cuanto a la regresión hay evi-

dencias bioquímicas genéticas de huellas de generaciones anteriores, información acumulada en cada célula de nuestro organismo relacionada con vivencias y experiencias de nuestros ancestros. Podemos activar contenidos inconscientes y traerlos a la conciencia no necesariamente en forma de símbolos o de sueños sino también en forma de sensaciones, emociones o acciones, las cuales pueden ser similares o idénticas a las de nuestros padres, abuelos o bisabuelos. Recordemos que cada cerebro vibra en una longitud de onda diferente, lo que significa que el tipo de energía cerebral requerida para pensar es diferente a la de sentir, a la de imaginar y a la de actuar. Esta diferencia permite tener múltiples accesos y comprensiones de las conductas que se creían esotéricas o que provenían de poderes divinos.

La organización del discurso en *La otra mitad del sol* condensa estos planteamientos en torno al estudio de la mente humana a los cuales añade el inconsciente colectivo presente en leyendas y mitos. Se juega a la ambigüedad y se evade una toma de posición que por comprometida puede limitar audiencia. Son las reglas del mercado televisivo.

Diana utiliza el análisis lógico racional de las verbalizaciones y de las imágenes que Felipe le describe en cada sesión. Su lucha está entre el análisis lógico de las experiencias de ambos y la intuición y la fantasía asociada a sus propias necesidades y vivencias. Una interpretación psicoanalítica diría que Diana evidencia un complejo de Electra no resuelto, pues su búsqueda continua de una relación afectiva, estable y profunda refleja la carencia ancestral de un afecto paterno no recibido. Es lo que permite que crea más en Ramón que en el reputado doctor y psicoanalista que le sugiere su colega Silvia Casas.

Es importante el papel de Ramón como maestro, como gurú, como ser humano, que responde a las profundas necesidades emocionales de Diana y no interpreta sus experiencias y vivencias. Entiende que ella es una persona carente de afecto y el afecto se siente, se experimenta, en lugar de interpretarse. Ramón la invita a utilizar su cerebro básico, el de la acción, el de los patrones y el de los hábitos, la trata como un ser humano integral

y no como pensamiento o imaginación, que es la conducta que sigue el psicoanalista que ella consulta.

El interés en los temas paranormales o irracionales, vinculados gracias a las técnicas multimediales, puede explicarse ya que el cerebro humano está desarrollado para sobrevivir. La verdad, la razón y la lógica vienen después.

## PERFIL DE PERSONAJES

### Personajes de 1995

**Felipe Saenz:** De 35 años de edad, catedrático de religiones en la Facultad de Antropología de una Universidad Privada. Está casado con Soledad, profesional y docente médico en la misma universidad y con quien ha procreado un hijo, Santiago, de 6 años. Felipe Saenz mantiene relaciones con Isabel Medina, una de sus estudiantes, mientras Soledad, quien da preferencia a la posición social y a las apariencias antes que al amor, lo cela de forma enfermiza. Al adentrarse en la terapia Felipe se alejará de Soledad, romperá con Isabel y entablará relaciones con Diana, es el vaticinio del medallón...

**Diana Robledo:** Es psiquiatra y mantiene su consultorio en la universidad La Salle. Quizá algunos años más joven que Felipe pero con una sólida formación universitaria, una sensibilidad o inteligencia remarkable, se debate entre lo racional y lo pasional con elegancia y cierto aire distante. Novia de Patricio Camacho, tendrá una relación fugaz con Diego para encontrarse luego con Felipe, la otra mitad del sol. Es en cierta manera el puente abierto entre el mal (Patricio Camacho) y el bien (Felipe). Cada vez que se encuentren su dilema ciencia/instinto recurrirá a Ramón. Su relación con Felipe vendrá con la terapia y se orientará hacia la hipnosis, cuestionada por sus colegas. Diana tiene a su madre que visita ocasionalmente y en cuya recámara descubrirá el secreto de la tía Mariela (ella en 1948)

**Diego Valencia:** Licenciado en Antropología, condiscípulo y amigo de Felipe, de carácter extrovertido, maneja el humor y el cinismo con soltura. Heredero de un considerable patrimonio económico, ocho años atrás estuvo en prisión por ayudar a su novia a morir y en el infierno penitenciario vivió el mundo de las

drogas; cuando es excarcelado emprende viaje a la India por consejo de Ramón, un personaje enigmático. De regreso a Colombia, ya fortalecido en espíritu decide inscribirse nuevamente en Antropología. El reencuentro con Felipe le lleva a conocer a Diana de quien se enamora y con quien vive un breve romance que termina en ruptura; hostigado por Patricio Camacho intenta suicidarse. Llevado a terapia intensiva su corazón se detiene y en el umbral del más allá reconoce a su novia difunta, quien, entre otras cosas, le dice que no es el momento, que debe regresar a la vida y que él no es la otra mitad del sol. Diego representa la conciencia y justeza del amigo cabal y desenfadado.

**Patricio Camacho:** Médico psiquiatra, decano y profesor de la Facultad de Antropología y mano derecha del rector, encarna el mal en la trama. Será quien publique los antecedentes judiciales de Diego, enamore a Soledad y conquiste a Isabel. En cada oportunidad es desenmascarado pero al mismo tiempo reivindicado para conservar la noción de bien vs. mal y mantener el interés del televidente en la narración.

**Isabel Medina:** Joven estudiante enamorada de Felipe, quien sólo espera la separación matrimonial de éste para dar forma y posibilidad a su amor y que a la postre, al ver que Felipe no cumple con su palabra decide vengarse, instigada por Patricio Camacho, quien la utiliza como su brazo ejecutor.

**Soledad:** Médico, ejerce en la Facultad de Medicina de la Universidad y es madre de Santiago. La ruptura del matrimonio con Felipe será una consecuencia de las terapias/hipnosis. Por sugestión de Patricio Camacho, su terapeuta amante, se acercará a Felipe para entorpecer el vínculo del ex esposo con Diana.

**Ramón:** De unos 50 años, conocido de Diego, juega el papel del oráculo, y poco a poco va acercándose a la vida de Diana para en definitiva ayudarla a resolver su conflicto entre lo que la ciencia puede explicar y las limitaciones de la misma. Cuando Felipe, el antropólogo de 1995, va a su encuentro y le dice que cree conocerlo, Ramón con sencillez afirmará. Es el quien vende el medallón a Juan Agustín en

1819 y más tarde servirá a las órdenes de Santander...

**Silvia Casas:** Psiquiatra amiga y confidente de Diana Robledo, viaja a Europa a un curso de especialización. Diego y ella se profesan una mutua antipatía.

**Pacho:** Compañero de estudios de Isabel y Diego, imagen de la ingenuidad y transparencia, usado también por Patricio Camacho para desacreditar a Felipe, Diego y Diana.

#### Personajes de 1819

**Juan Agustín Moreno (Felipe en 1819):** El sargento neogranadino Juan Agustín Moreno, quien sirve a las órdenes del General Santander, es enviado a Paya con la misión de ubicar el depósito de armas realistas que tanto necesitan las tropas libertadoras que cruzan el páramo de Paya y que en la ruta hacia Santa Fe deban atravesar el poblado boyacense. En el mercado del burgo se prende de una hermosa española, Catalina, esposa del Capitán Alcántara, jefe realista de la plaza, y la hace su amante; sorprendidos por el esposo, escenifica un duelo donde abatirá al marido. Sometido a prisión Juan Agustín es liberado por las guerrillas patriotas y Catalina será fusilada, en represalia por la fuga y el adulterio. Felipe cree ver en Patricio Camacho al Capitán Alcántara, quizás una figura de autoridad y asumirá un bloqueo físico cada vez que lo encuentre.

**María Antonia de Moreno (Diana en 1819):** Esposa del Sargento Juan Agustín Moreno vive a la afueras de Santa Fe de Bogotá, cuando recibe una carta de su esposo prisionero en Paya. Emprende viaje hasta el poblado y cuando intenta ver a su marido le avisan que ha sido conducido ante el pelotón de fusilamiento; al dirigirse al paredón oír disparos que provienen de la plaza donde las guerrillas patriotas han logrado rescatar a su marido. Sólo un rebelde es fusilado y ella lo asiste en su agonía mientras ve partir a Juan Agustín, el hombre que muere entre sus brazos es Ramón. Llevada a prisión conocerá a Catalina quien sin saber quien es le confesará su amor por Juan Agustín. Luego del fusilamiento de Catalina será echada de la cárcel y considerada loca ya que no cesa de repetir los versos de la otra mitad del sol. Recogida y trasladada a una vivienda, morirá de

amor y al ser enterrada, Juan Agustín dejará caer sobre el sarcófago la mitad del sol que a él pertenece. Su testamento será sólo un dibujo del medallón.

**Catalina de Alcántara (amante de Felipe en 1819):** Es la esposa del capitán realista Ramiro Alcántara, conocido por su comportamiento sanguinario y quien comanda la plaza de Paya. Catalina se ha unido al oficial ocupante por temor. Alcántara es el asesino de su hermano y la somete a un régimen de terror. Juan Agustín conoce a Catalina en el mercado del pueblo mientras emprende con Rufino, otro militar patriota, una misión clandestina encomendada por el General Santander. Se enamora de Juan Agustín, viven un tórrido romance y al ser descubiertos por el esposo, éste es abatido por Juan Agustín en un lance armado. En la prisión conocerá a María Antonia y sin saber que es la esposa de Juan Agustín, le confesará que el hombre a quien ama es Juan Agustín. Catalina será fusilada por las tropas españolas en Paya.

#### Personajes de 1948

**Jorge Rincón:** Un oficinista bogotano, casado y con amante, Mariela, a quien promete abandonar su hogar para unirse a ella. Es un galán joven que frecuenta botillerías y cafeterías donde conoce a Roa, el asesino por encargo que ultima a Gaitán.

**Mariela:** Amante de Jorge Rincón. Es la tía de Diana, condenada al olvido por sus descendientes ya que el rumor la involucra con el asesino de Gaitán y con aquellos que como Jorge se les relacionó con el homicida. Gracias a la terapia con Diego, Diana logra sacarla del olvido y confrontarse. Mariela no logrará unirse a Jorge. Para el relato es María Antonia-Diana. Morirá también durante el bogotazo víctima de un disparo.

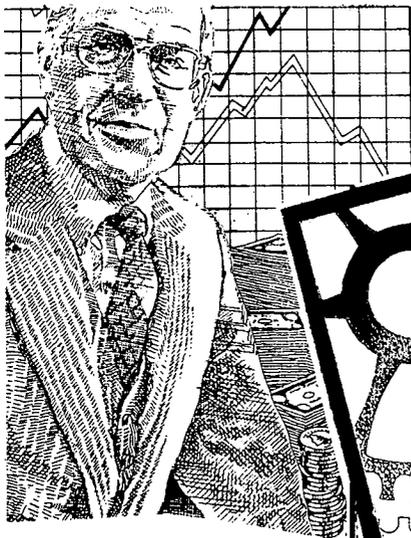
**Marta:** El 9 de abril de 1948 Juan Roa asesina en Bogotá al caudillo liberal Jorge Eliécer Gaitán, provocando un baño de sangre que hoy aún marca la sociedad colombiana. Es a una preadolescente, Marta, (la futura madre de Diana Robledo) a quien le toca abrir la puerta de su casa, cuando Jorge (el Felipe de 1948) le lleva el cuerpo de su hermana Mariela, (Diana en 1948) víctima de un disparo fatal.

## RESUMEN

De forma resumida, este trabajo aborda críticamente el Proyecto de Ley de Telecomunicaciones, propuesto por Conatel, en el cual se evidencian serias carencias que, de aprobarse, imposibilitarían el manejo de este estratégico sector por parte de las autoridades. Además de estar alejado de una real política nacional de telecomunicaciones, el Proyecto Conatel se ha olvidado de los usuarios.

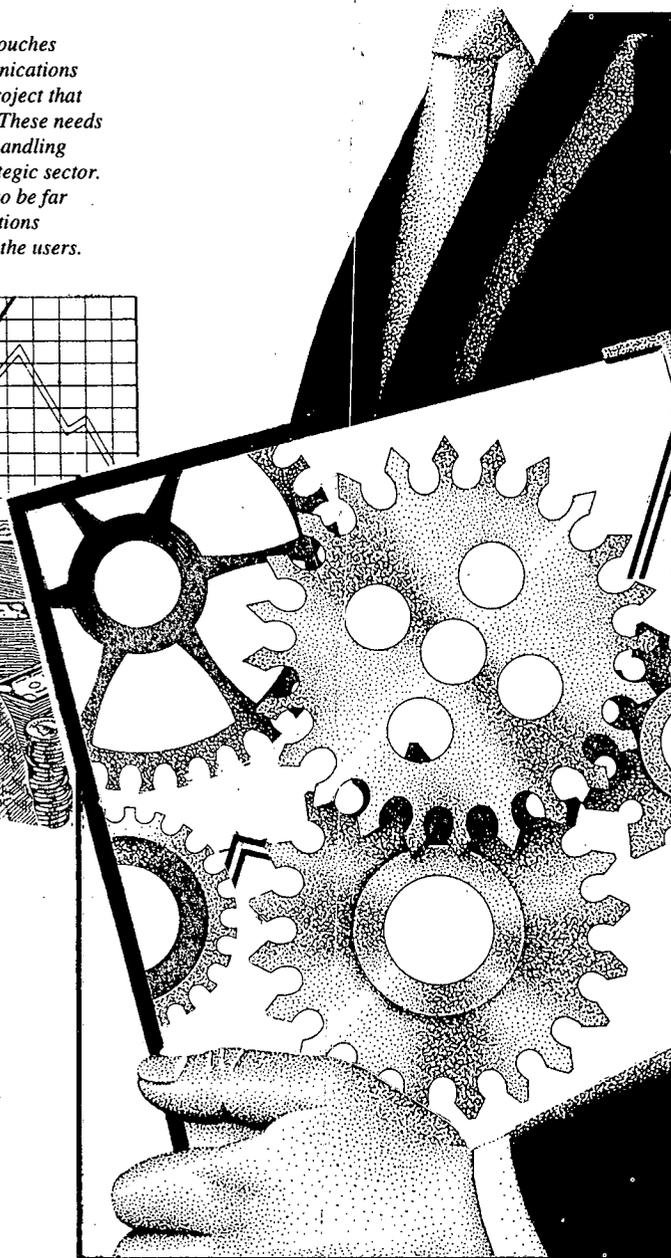
## ABSTRACT

In a short resume, the author touches the Project of The Telecommunications Law in a very critical form, project that proves to have serious needs. These needs would render impossible the handling by the government of this strategic sector. The Conatel Project, besides to be far away any real telecommunications national policy, has forgotten the users.



# Ley de telecomunicaciones (La propuesta de Conatel)

Gustavo Hernández Díaz



## INTRODUCCIÓN

Actualmente, se discute en la Comisión de Medios del Congreso Nacional de Venezuela la propuesta Ley de Telecomunicaciones presentada por la Comisión Nacional de Telecomunicaciones (Conatel), organismo adscrito al Ministerio de Transporte y Comunicaciones desde 1991, año de su creación. Nuestro propósito no es otro que el de interrogar dicha propuesta desde el enfoque de la sociopolítica de la comunicación, con miras a detectar sus posibles impactos en los servicios convencionales de radiotelevisión (públicos y privados), así como en los usuarios de dichos servicios, eslabón siempre olvidado de la cadena comunicacional. Así las cosas, nos permitimos adelantar las siguientes interrogantes: ¿Cuál es el rol del Estado en el marco de esta Ley? ¿Se contempla equidad y justicia en la distribución de las frecuencias a fin de ir desterrando de una vez por todas la concentración gubernamental y el oligopolio corporativo? ¿Cómo se dibuja el futuro del usuario desde esta plataforma jurídica?

## I.- DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA LEY-CONATEL

Abarca cinco grandes partes denominadas Títulos y 78 artículos organizados en torno a una serie de Capítulos. El Título I refiere a los "Principios Fundamentales" de la

Ley y está dividido en 4 capítulos. El *Capítulo I* da cuenta de las Disposiciones Generales; el *Capítulo II*, de los Derechos y Deberes del Estado; el *Capítulo III*, de los Derechos y Deberes de los Prestadores y de los Usuarios; y el *Capítulo IV*, De las Concesiones.

Destaca en este grupo de articulados la exclusividad del Estado en cuanto al otorgamiento de concesiones, regulación y control en el campo de las telecomunicaciones, siguiendo de esta forma lo establecido en el Ordinal Vigésimo Segundo del Artículo 136 de nuestra Constitución Nacional; y también el poder que se le otorga al Ejecutivo Nacional para que, a través del Instituto Autónomo Nacional de Telecomunicaciones (INATEL), administre el espectro radioeléctrico.

El **Título II**, "De los Órganos de la Administración Pública", está integrado por 2 capítulos. El primero establece que el Ministerio de Transporte y Comunicaciones es la máxima autoridad pública en materia de las telecomunicaciones y que esa autoridad se ejercerá a través del Instituto Autónomo Nacional de Telecomunicaciones (INATEL); en tanto que el segundo tiene que ver con la creación y las funciones del INATEL. Entre sus funciones: "Proyectar los planes y políticas de telecomunicaciones, sometidos a la aprobación del Ejecutivo Nacional; velar por la inviolabilidad de las comunicaciones y por la protección de los derechos de los usuarios..." (Artículos N° 2 y N° 5). El Artículo N° 34 establece la creación de un Consejo Directivo del INATEL, constituido por 7 miembros. No obstante, no se especifica quiénes son estos miembros, a qué organismos o instituciones pertenecen. Lo mismo ocurre cuando se dejan de señalar las instituciones que deben designar los representantes principales y suplentes para dicho Consejo.

El **Título III** "De los Servicios" está conformado por tres capítulos. El primero expone "Las diferentes clases de servicios, prestación, instalación y explotación" de las telecomunicaciones; el segundo desarrolla todo lo concerniente a las tarifas de los servicios radioeléctricos, mientras que el tercero trata sobre las contribuciones para quienes exploten los servicios comerciales de teleco-

municaciones, estableciéndose un 5 por ciento de los ingresos brutos por concepto de contribución en su respectivo ejercicio fiscal.

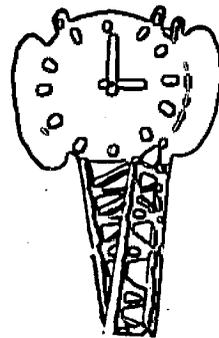
El **Título IV** "De las Sanciones y Procedimientos para su Aplicación" se halla vertebrado por dos capítulos. El primero concierne a las sanciones administrativas y penales y el segundo a la aplicación y revisión de las sanciones penales. Dichas sanciones van desde multas "de mil a cinco mil novecientos noventa y nueve unidades tributarias, de cinco mil a diez mil novecientos noventa y nueve unidades tributarias y de diez mil a veinte mil unidades tributarias", pasando por la revocatoria del título de concesión hasta las sanciones penales en el caso de que se transgreda el Código penal y el Código de Enjuiciamiento Criminal.

Finalmente, el **Título V** "Disposiciones transitorias finales" pone de relieve que al entrar en vigencia la Ley de Telecomunicaciones "quedarán derogados la Ley de Telecomunicaciones del 29 de julio de 1940; los decretos números 481 y 541 dictados por la Junta de Gobierno los días 18 de Diciembre de 1958 y 16 de Enero de 1959, respectivamente; la Ley que regula la reorganización de los Servicios de Telecomunicaciones...el decreto número 1.826 del 5 de Septiembre de 1991, mediante el cual se creó el servicio autónomo Comisión Nacional de Telecomunicaciones (Conatel)..." (Artículo N° 78).

## II.- EL ROL DEL EJECUTIVO NACIONAL: ¿PARA QUÉ REGULAR?

La Ley-Conatel legitima una vez más el ya tradicional círculo vicioso de las denominadas *políticas implícitas de comunicaciones* toda vez que el Estado deja en bandeja de plata a los gobiernos de turno (entiéndase con ello a aquel sector comprendido por el Presidente de la República y su Gabinete y por los grupos económicos y políticos) las tomas de decisiones en materia de radiotelevisión. Para muestra un botón. El *Capítulo II, Artículos N° 7 y N° 8* sobre los Derechos y Deberes del Estado reza lo siguiente:

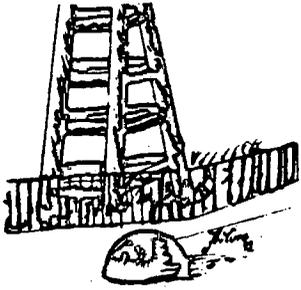
"El Ejecutivo Nacional por órgano del Instituto Autónomo Nacional de las Telecomunicaciones, creado conforme al artículo 32 de esta



ley administrará el espectro radioeléctrico...y ejercerá las funciones de regulación y de control que esta ley sus reglamentos le atribuyen en relación con todos los servicios y sistemas de telecomunicaciones...(El Ejecutivo Nacional) establecerá los procedimientos que habrán de observarse para el otorgamiento y revisión de las frecuencias...de acuerdo con normas claras que garanticen la justicia y la transparencia de dichos procesos..."<sup>1</sup>

De acuerdo con lo anterior, las *políticas implícitas* de comunicación representan un doble juego. Por una parte, pretenden hacernos creer que el Estado está asumiendo la administración de las frecuencias radioeléctricas con un sentido de equidad, igualdad y pluralismo democrático y que, además, controla y regula dichas frecuencias en aras del reforzamiento de los valores culturales nacionales y foráneos. Nada de eso. Sólo basta con revisar las últimas estadísticas sobre la situación de la radiotelevisión en Venezuela para corroborar que ese espíritu de equidad en cuanto a la distribución de las frecuencias nunca ha existido, observándose en este sentido una franca y abismal desproporción entre el régimen de tenencia del sector público y privado de la radiodifusión. Hoy día el desequilibrio es tan patente que impera la racionalidad privada sobre la pública en una relación de 1.000 a 1.

Este escenario se irá agudizando hasta el extremo de que, para el año 2.000 (ya en puerta), el sector gubernamental seguirá conservando sus dos canales de televisión (VTV-Canal 8 y la Televisora Nacional-Canal 5), y una emisora de radio (Radio Nacional), mientras que los concesionarios privados monopolizarán, para aquel entonces, el espectro radioeléctrico cuando tengan en su haber más de 400 emisoras de



radio entre AM y FM, mientras que, por otro lado, estarán operando 58 emisoras de televisión en VHF y 31 en UHF.

Lo verdaderamente explícito de las llamadas *políticas implícitas de comunicación* estriba en el hecho de que la caterva de decretos y resoluciones en materia de radiodifusión, paradójicamente, han sido promulgadas para transgredirlas, habida cuenta de que hoy día los concesionarios privados de la televisión cancelan una insignificante multa al MTC que hace algunos años oscilaba entre los 500 y 5.000 bolívares por el aluvión de infracciones en las que incurren al difundir mensajes contentivos de excesiva violencia, sexualidad y amarillismo informativo. ¿Pero qué representa esta ridícula multa si estos concesionarios perciben millardos por concepto de publicidad? Y supongamos que la multa por la infracción del decreto 2.625 que atañe a la programación televisiva haya aumentado, de seguro, no llega alcanzar una suma que mueva el piso financiero de las emisoras. De allí que hoy más que nunca cobra vigencia las palabras de Capriles (1976:136) sobre *las estrategias no confesas del sector estatal*:

“Al hablar de política estatal es evidente que hacemos referencia a una *política implícita*, ya que ningún gobierno ha enunciado políticas totales ni parciales en materia de comunicación colectiva... Más interesante aún es constatar que todos aquellos elementos que podrían considerarse como explícitos enunciadores de una aparente política parcial, como son los textos legales actualmente vigentes, no tienen en la práctica ninguna aplicación, *con la paradoja consecuente de que el sistema de difusión funciona sobre la base de una normativa propia, dictado por los jerarcas del sector privado*

*al margen de leyes y reglamentos, por no decir de todo el control estatal...”*<sup>2</sup>

La paradoja en las postrimerías del siglo XX, continúa vigente. Por un lado, el país cuenta con una Ley de Telecomunicaciones de 1940 y de un Reglamento de Radiodifusión de 1941, y con los decretos vigentes, el 2.625 que regula el horario y contenido de la programación televisiva y el 2.771 que controla la programación de la radiodifusión sonora. Como si esto no fuese suficiente, el sector corporativo televisivo ha creado su propio código de ética que, aquí va la segunda paradoja, ellos mismos incumplen, del mismo modo que lo han hecho históricamente con los decretos y resoluciones provenientes del MTC.

Basta con encender el aparato de televisión para salpicarnos de sangre y de las esquirlas de alguna explosión producida por los Rambos de la pantalla. Así las cosas, los artículos 7 y 8 en los cuales hemos centrado nuestra atención son de especial relevancia debido a que *confieren al Ejecutivo Nacional el poder para decidir en materia de telecomunicaciones*, lo cual significa que los gobiernos de turno tendrán la posibilidad de “administrar” y/o negociar con los grupos económicos las frecuencias radioeléctricas. En otras palabras, el Estado depende políticamente de los medios masivos de comunicación y éstos dependen económicamente de aquél. No en balde hemos asistido al otorgamiento de concesiones de emisoras en FM “a dedo”. Tal como lo señalé en otro lugar, en el gobierno de Jaime Lusinchi (1984-1989) y en el primer año de gobierno de Carlos Andrés Pérez (1990) se asignaron en forma estratégica un total de 56 concesiones para la explotación de emisoras de radiodifusión sonora en FM, todo ello con el fin de ganar espacio en los medios de comunicación y asegurar de esta forma la continuidad del gobierno de turno. Esta misma rutina se ha repetido con la eclosión de las emisoras de televisión en VHF, UHF y Cable.

### III.- INATEL O CONATEL: MÁS DE LO MISMO

De acuerdo con la Ley-Conatel, consideramos que el Instituto Nacional de las Telecomunicaciones

(INATEL) es una prolongación del Ejecutivo Nacional y que por lo tanto será portavoz de los partidos políticos en el ejercicio de gobierno, al igual que lo es hoy Conatel.

La función de INATEL queda evidenciada y oficializada en el *Artículo N° 33*: “El Instituto Nacional de las Telecomunicaciones será *órgano del Ejecutivo Nacional* en todo lo relativo a los servicios y sistemas de telecomunicaciones regulados por esta Ley, y al efecto le corresponde las siguientes funciones...”<sup>3</sup>

De manera que, en estas condiciones, es imposible concebir la erradicación de los monopolios y oligopolios de carácter corporativo y estatal. Por otra parte, se hará más remota la posibilidad de desgubernamentalizar los servicios estatales de radiotelevisión, así como la democratización de las concesiones de las frecuencias radioeléctricas, la cual sólo será posible cuando el Estado administre dichas frecuencias en consonancia a las normativas que han sido sancionadas por el Poder Legislativo (y no por el Ejecutivo), que sería el órgano competente encargado de diseñar y poner en ejecución las leyes en materia de comunicación.

Cuando revisamos las funciones que le competen al INATEL constatamos que su Consejo Directivo no se caracteriza precisamente por ser plural y democrático, esto es, con una amplia participación de los sectores más heterogéneos de la sociedad civil. Más bien el Consejo queda restringido a siete miembros y se omite los miembros que integrarán el Consejo Consultivo. El *Artículo N° 34* de dicha Ley pone en evidencia dicha situación: “El Instituto Autónomo Nacional de las Telecomunicaciones será administrado por un Consejo Consultivo compuesto por siete (07) miembros principales y respectivos suplentes *designados así (...)*”.

Observamos, en este sentido, que no hay transparencia en el diseño del Consejo Consultivo ni mucho menos claridad, cuando reparamos que en el *Inciso N° 2 del Artículo N° 33*, el cual estima necesario políticas de comunicación para el país. El artículo en cuestión prevé: “Proyectar los planes y políticas nacionales de telecomunicaciones, someterlos a la aprobación del Ejecutivo Nacional,

por órgano del Ministerio de adscripción, y ejecutar dichos planes y políticas, una vez aprobados por el Ministerio”.

Una vez más caemos en el círculo vicioso. ¿Cómo se puede pensar en políticas nacionales de telecomunicaciones, PNC, si la política implícita del Ejecutivo precisamente consiste en dar continuidad al tácito matrimonio entre los partidos de gobierno y los sectores económicos corporativos? ¿Cuál sería la reacción del Ejecutivo y de los partidos políticos y los grupos económicos si se les propone una PNC desgubernamentalizada, tal como en su debido momento lo hizo la comisión para el diseño de una nueva política de radiodifusión del Estado venezolano (Ratelve, 1977), y del mismo modo, hoy día; el Comité por una Radiotelevisión de Servicio Público, RTSP? ¿Qué diferencia conceptual existe actualmente entre las funciones que cumple la Comisión Nacional de Telecomunicaciones (Conatel) y el proyecto-Inatel, si ambas entidades dependen del Poder Ejecutivo (o de las improvisaciones y caprichos de los gobiernos de turno) para la toma de decisiones en materia comunicacional?

#### IV.- EL USUARIO OLVIDADO

La Ley-Conatel dedica una sección de siete artículos a los derechos y deberes del usuario. Estos artículos dan cuenta de una concepción eminentemente tecnológica de las telecomunicaciones. Centran su atención en la potestad que tiene el usuario de los servicios radioeléctricos de elevar la protesta al INATEL por el deficiente funcionamiento de dichos servicios. El Artículo N° 18 dice que: “Todo usuario tiene derecho a que se atiendan y solventen a la mayor brevedad y de manera eficaz todas sus solicitudes, quejas o reclamos derivados de la prestación del servicio”. Se subraya la necesidad de que funcione el sistema de telecomunicaciones, pero soslayan la parte más cualitativa del asunto que tiene que ver con los tipos de mensajes vehiculados a través de dicho sistema.

Más adelante, el Artículo N° 22 refuerza la idea que venimos sosteniendo al aclarar que: “Todo usuario de un servicio de telecomunicaciones deberá informar de manera inmediata

al concesionario, de cualquier interrupción del mismo o cualquier daño ocurrido en el sistema a través del cual se presta, una vez que tenga conocimiento”.

Estos artículos insisten en el aspecto meramente utilitario de las telecomunicaciones; utilitarismo que descansa en la idea de ofrecer un servicio eficaz de las tecnologías tradicionales o de más reciente invención, que pueden ir desde el teléfono al teléfono de alta resolución, desde el texto a la telecopia móvil y desde la televisión en color a la estereofonía y alta resolución.

Obviamente, el *nudo gordiano* de la Ley-Conatel se detecta en los Artículos N° 7 y N° 8 referidos a los Derechos y Deberes del Estado, que confieren al Poder Ejecutivo la potestad para que, a través del Inatel regule, administre y controle las telecomunicaciones. La situación fuera otra si dicha potestad estuviera en manos del Poder Legislativo por las razones antes expuestas. No pretendamos conseguir, desde la mirada gubernamental, una Ley que administre con equidad y sancione sin temblarle el pulso. La Ley-Conatel ha sido diseñada, contradictoriamente, para no regular a los entes corporativos comunicacionales. Fue creada con palabras muertas, huecas, toda vez que esquivaba el compromiso de velar por la salud mental e identidad cultural de los usuarios, al mismo tiempo que otorga especial énfasis al funcionamiento eficaz de las telecomunicaciones.

Finalmente, no pretendamos encontrar en la Ley-Conatel las libertades y derechos fundamentales de los ciudadanos contenidos en nuestra Constitución Nacional, porque lo que predomina es la racionalidad tecnológica por encima de cualquier pretensión de índole humanista. En otras palabras, toda normativa en materia de comunicaciones que se precie dentro de los parámetros genuinamente democráticos tiene que contemplar: 1.- “el derecho que tiene el ciudadano de expresar su pensamiento a viva voz o por escrito y de hacer uso para ello de cualquier medio de difusión, sin que pueda establecerse censura previa...” (Artículo N° 66); 2.- la obligación de que tiene el Estado de proteger la familia como núcleo fundamental de la sociedad, tanto en sus

aspectos morales como económicos (Artículo N° 73); 3.- el deber que tiene el Estado en el diseño de políticas que fomenten la cultura en sus más variadas manifestaciones. Considerar estos artículos de nuestra Carta Magna dentro de una ley-marco de telecomunicaciones, representaría un enorme adelanto en lo que atañe a la defensa de los usuarios de los servicios radiotelevisivos.<sup>4</sup>

#### NOTAS

Agradecemos la colaboración que nos han prestado Luisa Pinel y Carlos Guzmán al suministrarnos los documentos esenciales para la elaboración de este trabajo.

#### REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguirre, Jesús María (1997). *Los medios de comunicación ante las nuevas transformaciones*. En: *Anuario Cosar Grupo Comunicacional*. Editorial Ex Libris, Caracas.
- Capriles, Oswaldo (1976). *El Estado y los Medios de Comunicación en Venezuela*. Ediciones de la Universidad Central de Venezuela, Caracas.
- Hernández Díaz, Gustavo (1991). *Código Anti-ético de la Cámara Venezolana de Televisión*. En: *Revista Comunicación N° 75*. Centro Gumilla, Caracas.
- Hernández Díaz, Gustavo (1992). *Situación de la radiotelevisión en Venezuela, para el año 1991*. En: *Anuario ININCO N° 4*. UCV, Caracas.
- Hernández Díaz, Gustavo (1994). *La radiodifusión en Venezuela para el año 1994*. En: *Anuario ININCO N° 6*. UCV, Caracas.
- Mayobre, José Antonio (1992). *La labor de Sísifo*. Monte Ávila Latinoamericana, Caracas.
- Rey, José Ignacio (1992). *Los derechos del usuario y la comunicación*. En: *Revista Comunicación N° 77-78*. Centro Gumilla, Caracas.
- Rey, José Ignacio (1994). *Presentación del Número Reparto Global*. En: *Revista Comunicación N° 85*. Centro Gumilla, Caracas.
- Safar, Elizabeth (1995). *Criterios para una Política de Radiotelevisión de Servicio Público, No Gubernamental en Venezuela*. En: *Anuario ININCO N° 7*. UCV, Caracas.
- VV.AA. (1940). *Ley de Telecomunicaciones*. El Congreso Nacional de los Estados Unidos de Venezuela.
- VV.AA. (1997). *Ley de Telecomunicaciones (Propuesta de la Comisión Nacional de Telecomunicaciones, Conatel)*. Caracas (mimeo).
- VV.AA. (1995). *Proyecto de Ley Orgánica de la Radiotelevisión (Comité por una Radiotelevisión de Servicio Público, RTSP)*. En: *Anuario ININCO N° 7*. UCV, Caracas.
- VV.AA. (1961). *Constitución de la República de Venezuela*, Caracas.

## Del Neoliberalismo a la Desregulación

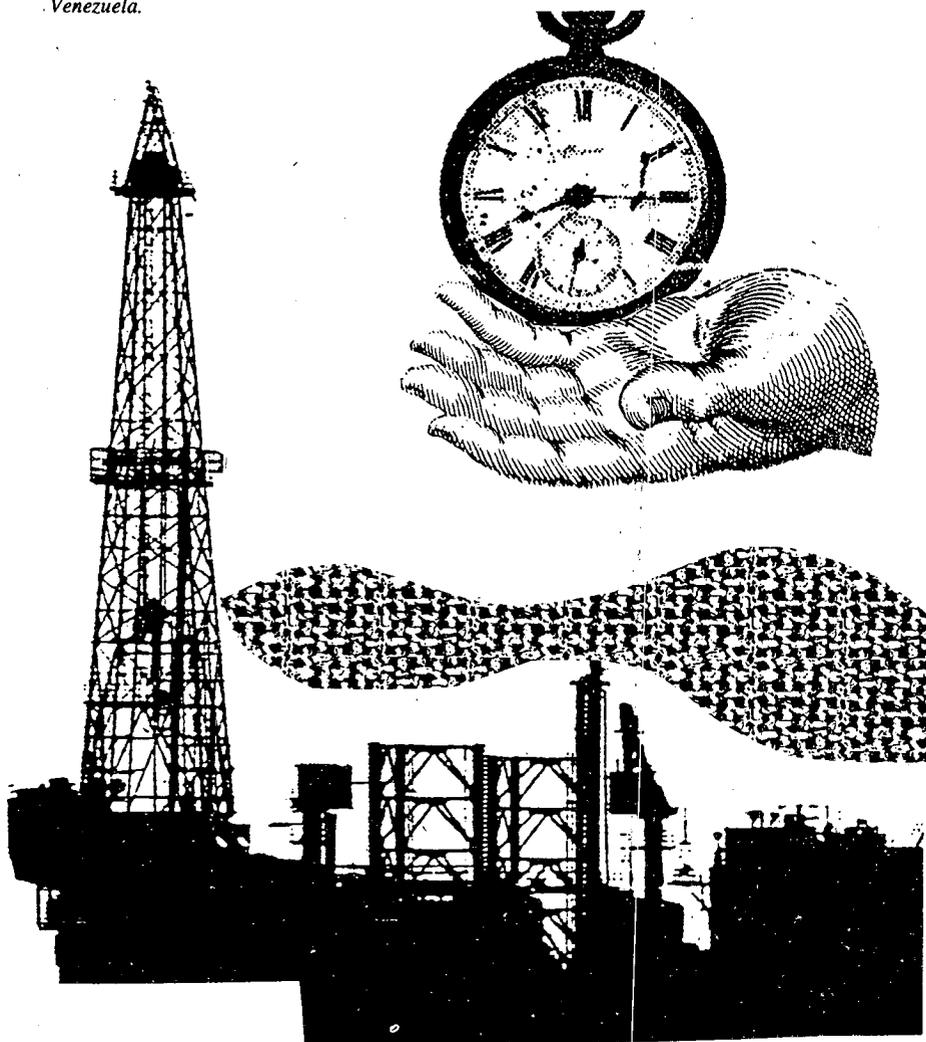
Francisco Tremonti

### RESUMEN

*La Globalización de las industrias de los medios nos lleva hacia un Nuevo Orden Internacional, organizado y dirigido por los intereses económicos. La ley del mercado es la que define la disolución de los monopolios estatales, obligando a los diferentes gobiernos a la desregulación de sus sectores de telecomunicaciones. Finalmente, el autor revisa el avance de la desregulación en la Comunidad Europea, la nueva Ley Norteamericana, Latinoamérica y Venezuela.*

### ABSTRACT

*The Globalization of the Media Industries drive us toward a New International Order, organized and directed by economic interested. The dissolution of the states monopolies is defined by the market law, compelling the different governments to desregularize their telecommunications sector. Finally, the author offers us a fast review of the desregulation progress in the European Community, the new Northamerican Law, Latinoamerica and Venezuela.*



Se ha pensado ampliamente en medios teóricos que las nuevas tecnologías y la globalización de la comunicación nos han conducido ya indefectiblemente hacia la “aldea global” de MacLuhan. Sin embargo, cabría precisar un poco más al encontrarnos con que la globalización del sector de las industrias de los medios nos lleva hacia un nuevo orden internacional, organizado y dirigido por los intereses económicos internacionales, que traspasan fronteras y no deben obediencia a nada ni a nadie. En otras palabras, las superautopistas de la información, los multimedia, el ciberespacio y demás tecnologías nos relacionan con las transformaciones de forma de pensar, de forma de ver la vida, a las que estamos abocados en un mundo todavía confuso, en medio de una “aldea corporativa”, donde la empresa privada tiende a ser el único motor de la sociedad de la información. En este sentido, la globalización de la comunicación puede ser tomada como el amplio y ambicioso crecimiento de unas pocas transnacionales de los media-información, que buscan incesantemente el alcanzar un mercado a nivel mundial. La enorme capacidad de los grandes conglomerados para proveer de dinero, divisas, producción y datos, constituye los nuevos niveles del poder contemporáneo. Estos últimos son los que presionan a nivel político y económico para que se efectúe una desregulación total en el sector, con la finalidad de conseguir mercados más extensos y globales.

### CONTROVERSIA EN LA OMC

Substituta del Gatt (Rondas de Uruguay) desde hace dos años, la Organización Mundial de Comercio

se reunió oficialmente en Singapur el pasado diciembre para evaluar estos dos años de existencia y fijar nuevas metas para liberalizar el comercio a nivel mundial.

Aparte de los desacuerdos entre los países desarrollados y el resto de las naciones en referencia a la vinculación de la liberalización comercial y normas laborales, todavía no se ha alcanzado un acuerdo en relación al sector de Alta Tecnología y Tecnología de la Información, así como Telecomunicaciones. Estados Unidos y otros países europeos están presionando para alcanzar en Singapur algún tipo de acuerdo que permita la total desregulación de algunos de estos sectores para el año 2000. Se aduce que, a la hora de la mundialización, la supresión de las barreras comerciales entre las naciones es uno de los motores fundamentales del desarrollo y crecimiento económico. Las primeras negociaciones sobre el tema, comenzadas en 1995, fracasaron tras unos meses de discusión ya que Estados Unidos estimó insuficientes las ofertas de otros países.

Dejando al margen los problemas comerciales, unas 40 naciones se reunieron en la misma ciudad para echar un vistazo a la marcha de las difíciles negociaciones sobre telecomunicaciones. Según la representante comercial interina de EE.UU., Charlene Barshevsky,<sup>1</sup> "...fue una reunión muy buena, de tono muy positivo". La confianza de la representante norteamericana se cifraba en el hecho de que algunas naciones hayan comenzado ya a bajar la guardia y mejoraron notablemente sus ofertas sobre la liberalización de sus mercados de telecomunicaciones. Rumores de pasillo indicaron que podía tratarse de Singapur, Corea de Sur, Canadá y Australia. La presión para la liberalización de los mercados del sector se basa en que significaría un beneficio mercantil para todo el mundo, sobre todo las grandes empresas, los grandes conglomerados, y también el usuario, que vería caer drásticamente los precios de los servicios de comunicaciones. Por supuesto, no se habla del derecho del individuo a una información imparcial, la protección de la cultura nacional de los diversos países, etc. Estos temas no cabían en una situación en que se habla sólo de comercio, dinero

y política empresarial, y no entraron en la agenda de la reunión. Estamos siendo negociados y podemos hacer muy poco al respecto.

### MUNDIALIZACIÓN... UNIVERSALIZACIÓN... GLOBALIZACIÓN...

El uso indiscriminado de ciertas palabras, la americana *Globalización*, la francesa *mundialización* y otras similares como *internacionalización*, *transnacionalización*, *universalización*, introducidas para dejarnos saber que la nación, como posesión de una sociedad y cultura determinadas, está tendiendo a desaparecer, que las fronteras se van haciendo cada vez más porosas, produciéndose un intercambio cultural más pronunciado, ha creado cierta confusión a la hora de referirnos a este fenómeno determinado.

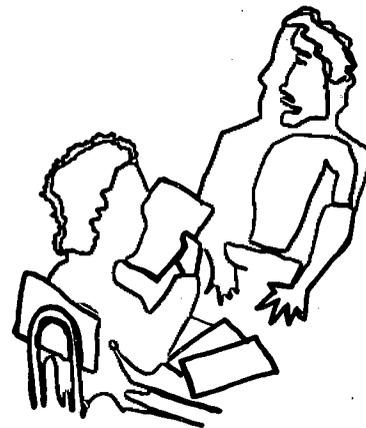
Según Bertrand Badie,<sup>2</sup> la *mundialización* describe la constitución de un sistema internacional que tiende hacia la unificación de sus reglas, valores y objetivos, pretendiendo, al mismo tiempo, integrar en su seno al conjunto de la humanidad. Su máxima expresión es la Organización de las Naciones Unidas, como la voluntad manifiesta de constituir un orden mundial, a partir de la unificación de las reglas y las prácticas, así como la regulación de la totalidad de los circuitos de intercambio. Este concepto está muy ligado al de *universalización* que, más teórica que prácticamente, describe la capacidad de ciertos principios y valores para trascender su origen nacional, para expandirse uniformemente en todos los contextos.

La *transnacionalización* encierra un concepto mucho más complejo. Describe todos los procesos que, por voluntad deliberada o no, se realizan en el seno del espacio mundial. Algunos de estos flujos transnacionales, migración, ideas, comercio, se han ido dando desde hace mucho tiempo, pero es lógico que el hecho de que hoy día nos desplazemos, nos comuniquemos, intercambiamos bienes económicos y servicios de toda índole con una gran eficacia y rapidez tenga que romper los viejos equilibrios. Este flujo sobrepasa en mucho la capacidad del Estado Nacional para manipularlo y regularlo, por lo que amenaza el mismo con-

cepto de nacionalidad. Esto hace, a su vez, que, gracias a la activación de los intercambios humanos y a la sofisticación de las técnicas, surjan grandes espacios regionales, como Europa, Estados Arabes y Asia Oriental. La crisis del Estado Nación hace que las fronteras se hagan mucho más frágiles, dividiendo, al mismo tiempo, las viejas comunidades nacionales.

En este contexto, a la hora de la *globalización*, unida a la *universalización*, nos encontramos con el fenómeno aparente de una "alisción" de culturas e identidades. Sin embargo, este mismo fenómeno ha dado lugar a múltiples fragmentaciones, que nos demuestran en la realidad que la *universalización* no se ha dado, ha fallado en su intento. El redescubrimiento de la indianidad en América Latina, los movimientos neonazis o xenófobos en Europa, el fundamentalismo musulmán, la reinención de la tribalidad en Africa, etc., así nos lo demuestran. En este sentido, la *Aldea Global* es en realidad una aldea rota en mil pedazos unidos.

En medio de esta turbulencia mundial se está abonando el terreno para que los grandes conglomerados transnacionales empleen una presión cada vez más fuerte para exigir de las naciones, sobre todo, las menos desarrolladas, una desregulación parcial o total en todo ámbito, especialmente el económico, con influencia directa en el comunicacional.



## EL CASO DE LA COMUNIDAD EUROPEA

A principios de los años ochenta, con el auge de la tendencia neoliberal, representada por la mayor parte de los gobiernos conservadores liberales en Europa, junto a algunos socialistas (España, 1982 y Francia, 1984), se estableció la discusión sobre la necesidad de liberar el sector de comunicaciones, surgiendo también el problema de la gran concentración de medios de comunicación. Los grandes conglomerados multinacionales tuvieron su oportunidad con el desmoronamiento de los monopolios audiovisuales estatales y el nacimiento de nuevas tecnologías.

Los hechos políticos de estos años refuerzan, también, la teoría de la necesidad de un mundo abierto a la información, sin restricciones, siguiendo las mismas directrices del libre mercado. Tenemos aquí la influencia del *glasnost* en Rusia y el derrumbamiento de los regímenes comunistas de Europa oriental. Sin embargo, existe en Europa la preocupación de que el crecimiento del número y diversidad de los medios de comunicación y el incremento del flujo de información, debido a su concentración, no garantizan la pluralidad. Me gusta citar ahora en este lugar a Ben Bagdikian,<sup>3</sup> quien nos dice que "un puñado de mastodónticas organizaciones privadas han

comenzado a dominar los medios de comunicación de masas del mundo. La mayoría anuncian con confianza que en la década de los noventa ellos, es decir, cinco o diez gigantes corporativos, controlarán la mayor parte de los diarios, libros, revistas, emisoras, películas, grabaciones musicales y cintas de video más importantes del mundo. Además, cada una de estas corporaciones planetarias tiene previsto reunir bajo su control todos los pasos del proceso de información, desde la creación del *producto* hasta los distintos medios por los que la tecnología moderna facilita los mensajes informativos al público".

Ante un panorama tan avasallante se han alzado voces, más bien un tanto tímidas, preocupadas por la concentración de los medios, como industria cultural, que merece una atención especial por parte de las autoridades públicas. Estas voces defienden más el dominio de los aspectos culturales sobre los meramente económicos y señalan la necesidad de poner ciertos límites a la concentración de medios. Todo el mundo está preocupado con el resurgimiento de nuevos monopolios aún peores que los desaparecidos estatales. Otra de las razones que se manejan en este aspecto es de tipo político, ya que los grandes grupos tienden a defender posturas conservadoras y los partidos de derecha, en consonancia, les conceden algunos privilegios. La respuesta a todas estas voces no se hizo esperar, esgrimiendo los principios liberales clásicos: el mercado asigna los recursos y regula la economía de una forma más eficaz que el Estado.

Al disminuir el control del Estado, se afirma, se acentúa la función regulatoria del mercado, es decir, los usuarios, sobre los medios de comunicación. Esto último se podría definir o confundir con el antiguo "rating", lo que no garantiza el interés del público o unos buenos medios de comunicación. Los intereses del partido en el gobierno, así como los sindicatos y otras instituciones del mismo tipo, pueden interferir de hecho con las exigencias del público, por lo que el gobierno es un mal regulador. Hablando de influencias, los intereses de los diversos grupos, estatales o económicos, interfieren de igual manera con las expectativas del pú-

blico, no dejándolo elegir cuando toda la oferta es uniforme y mediocre.

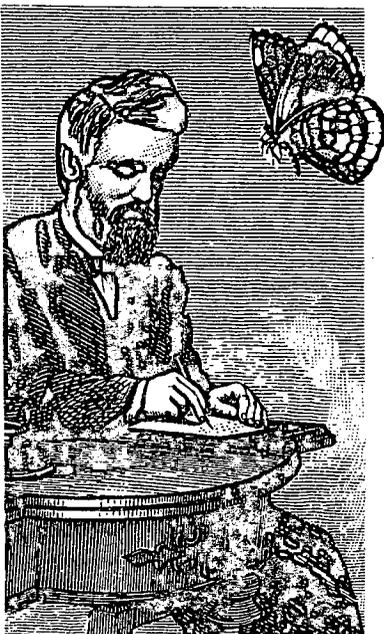
En lo que podríamos llamar una razón teórica, se afirma que el desarrollo de las nuevas tecnologías de la información permite a los usuarios disponer de diversas y variadas fuentes de información, pertenecientes a muchos propietarios. En este sentido se obvia el que los medios de comunicación puedan estar en pocas manos. En la práctica, son cada vez menos los conglomerados que ofrecen todo el proceso de producción y programación, siendo el resto de los supuestos propietarios de medios, simplemente, editores - distribuidores de material.

Se aduce, también, que algunas de las regulaciones de los medios de comunicación van en contra de la lógica económica de competencia, privando a los consumidores de una selección más amplia en lo que respecta a precio, cantidad y calidad de la información y servicios. Esta ha sido constantemente una punta de lanza en los ataques a la regulación estatal de los medios: la defensa del público consumidor. Nadie dice nada sobre la fijación unilateral de precios, los continuos aumentos, el hecho de que se exprima al público... ya que todo esto entraría en lo que llamamos "lógica del mercado".

Por último, algo que sí puede ser cierto: la competencia promueve la innovación. En un mercado libre, la competencia empresarial garantiza la búsqueda permanente de nuevas oportunidades para satisfacer las necesidades del consumidor.

A lo largo de los años de este siglo, junto a los distintos cambios en la industria de las comunicaciones, ha prevalecido en algunos períodos la problemática regulatoria y en otros prevaleció la liberal. Por supuesto, siempre ha habido posturas intermedias. Desde hace más de sesenta años han surgido voces en contra de la concentración de los medios, como por ejemplo, con la formación de las primeras cadenas periodísticas en los Estados Unidos. Por otro lado, se sostiene que las exigencias del progreso son insoslayables, por lo que no nos podemos, ni debemos, oponer. Cabría preguntar qué tipo de progreso y para quién.

La última Ley italiana de Comunicaciones, aprobada por el Senado Italiano el 22 de marzo de 1990,



participa de ambas tendencias. Por un lado, quiere tener cierto control sobre las grandes sociedades y fusiones en el campo de la comunicación, así como el contenido de la programación y la publicidad, con el fin de proteger los derechos sociales y culturales de la población. Por otro lado, las exigencias del libre mercado le obligan a realizar un gran esfuerzo de desregulación.

Establece los principios generales, entre los que destacan :

- El carácter de primordial interés general de los programas radiofónicos y televisivos, realizados a través de cualquier medio técnico.
- El pluralismo, objetividad, veracidad e imparcialidad de la información.

El plan de asignación de frecuencias subdivide el territorio nacional en *Áreas de Uso*, las cuales resultan de la agregación de una pluralidad de *Áreas de Servicio*, o locales, y vienen determinadas teniendo en cuenta la entidad numérica de la población servida, la distribución de la población residente y condiciones geográficas, urbanísticas, socioeconómicas y culturales de la zona. Las *Áreas de Uso* para la radiodifusión televisiva deben de consentir la coexistencia del mayor número posible de instalaciones y una adecuada pluralidad de emisoras y redes. Se considera Televisoras Nacionales a aquellas redes que cubren al menos 60 por ciento del territorio nacional. Las emisoras locales, en cambio, deben de cubrir, como mínimo, 70 por ciento de su *Área de Uso*.<sup>4</sup>

Se trata de evitar, en lo posible, que se puedan formar monopolios, promoviendo de esta manera la competitividad. Por esta razón, la Ley prohíbe que un mismo propietario tenga más de una planta televisiva en cada *área de uso* y limita a tres las estaciones de un mismo propietario en *áreas de uso* contiguas. Con la misma finalidad, establece el Registro Nacional de empresas de telecomunicaciones y la obligación de todas las concesionarias, públicas y privadas, empresas de producción, distribución y concesionarias de publicidad, de inscribirse en dicho registro.

De la misma forma, trata de regular la transferencia de propiedad de las empresas de telecomunica-

ciones, vigilando las asociaciones de capital, así como la petición de concesiones. Porejemplo, las empresas editoriales de diarios, cuyo tiraje anual sea superior a 16 por ciento de los diarios de circulación nacional, no pueden ser concesionarias de estaciones de televisión, así como tampoco las instituciones crediticias.

Una cosa singular es el hecho de que la Ley establezca la figura del *Garante*, es decir, una especie de supervisor general de las comunicaciones, cuyo nombramiento surge del acuerdo entre el Presidente del Senado y la Cámara de Diputados. El *Garante* supervisa la programación, el movimiento de las empresas del sector, y resuelve los problemas que se puedan presentar. Permanece en el cargo durante tres años y no puede ser confirmado más de una vez, siendo responsable de la observancia de las normas de esta Ley.

En cuanto a la publicidad, la Ley define que "...no debe ofender la dignidad del hombre, no debe basarse sobre discriminaciones de raza, sexo y nacionalidad, no debe ofender sentimientos religiosos o ideales, como tampoco inducir a comportamientos dañinos para la salud, la seguridad y el ambiente, no debe acarrear perjuicio moral o físico a menores de edad". Además, la publicidad debe de ser reconocida como tal.<sup>5</sup>

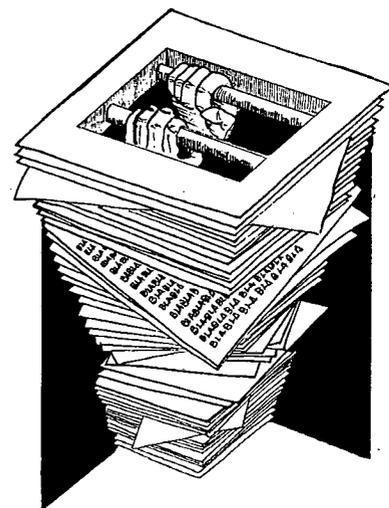
La inserción de mensajes publicitarios está permitida sólo en los intervalos determinados por los autores de las obras teatrales, líricas o musicales, y sólo en el intervalo entre la primera y la segunda parte para las obras cinematográficas. Se permite la inserción de 6 minutos de publicidad por hora de transmisión a las estaciones públicas y 9 minutos a las estaciones privadas. El *Garante* determina las obras de alto valor artístico, así como las transmisiones con carácter educativo o religioso, que no pueden sufrir interrupciones publicitarias.

La Ley sanciona con penas de prisión, multas, o ambas, según los casos, la transmisión de programas que contengan escenas de violencia gratuita o pornográficas, que induzcan a posturas de tolerancia basadas en diferencia de raza, sexo, religión o nacionalidad. También prohíbe la transmisión de películas y trabajos teatrales no aptos para menores de 18 años. Las películas prohibidas a

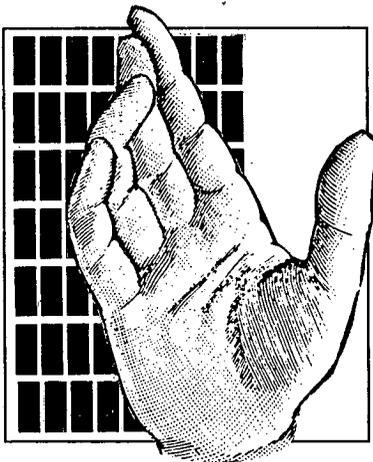
menores de 14 años no pueden ser transmitidas, ni integral, ni parcialmente, antes de las 22 :30 horas y después de las 7 :00 de la mañana.

Es posible que sea difícil el cumplimiento preciso de todas estas normas y regulaciones, así como un control absoluto de las asociaciones, ventas y propietarios de las industrias de los medios. Sin embargo, todos los concesionarios, públicos y privados, deben presentar al *Garante*, antes del 31 de julio de cada año, sus balances respectivos, en los que tienen que incluir información sobre los programas transmitidos, con la indicación de la empresa de producción o distribución de la cual fueron adquiridos, sumas destinadas a la producción de programas, publicidad transmitida, patrocinios y patrocinantes, así como los ingresos por publicidad.

Si fuésemos a dar una proyección política a la industria de los medios veríamos que ninguno de los partidos de izquierda, como tampoco los sindicatos, han sido capaces de frenar la liberalización y la erosión que produce el mercado en este sector. Se sostiene con frecuencia que la actividad privada está más de acuerdo y es más provechosa para los intereses políticos de la derecha, siendo en cambio la radiodifusión pública más beneficiosa para los intereses social demócratas.<sup>6</sup> Esto sucedió, por lo menos, en Francia. España e Italia.



A pesar de tener una Ley de Comunicaciones que parece bastante regulada, Italia no ha podido eludir el fenómeno de la concentración de medios, fenómeno que comenzó tímidamente en los años setenta. Recordemos que la integración de grupos multimedios comenzó seriamente con la formación del consorcio de televisión de Berlusconi, en 1975. Posteriormente, años ochenta, se realizó la absorción de los grupos Rizzoli y Corriere della Sera por la compañía Gémina (1984), y más tarde, durante esa década, se abrió el camino para otras muchas adquisiciones y fusiones, lo que enfatizaba



el hecho de que gran cantidad de medios estaba en poder de muy pocas manos.

Citando de nuevo a Bagdikian, "...El siglo XX no es diferente, pero los sacerdotes que comunican dogmas míticos lo hacen ahora a través de grandes máquinas de comunicación centralizadas; cadenas de diarios, emisoras de radio y canales de televisión, grupos de revistas, editores de libros y estudios cinematográficos. Los operadores de estos sistemas diseminan su propia versión del mundo. Y de todas las leyendas que generan ninguna resulta tan heroica como los mitos que propagan sobre ellos mismos.<sup>7</sup>

A pesar de todo, la tendencia que se nota con más intensidad, sobre todo dentro de la Comunidad, a la hora de la concentración de medios,

es la de la creación de una infraestructura audiovisual paneuropea, como una defensa contra otros grandes bloques a nivel mundial. La Directiva sobre una "Televisión sin fronteras", aprobada por la comisión de la Comunidad Europea, se sigue discutiendo todavía, principalmente a nivel teórico e intelectual. Se quiere fomentar la libre competencia y, sin embargo, se puede caer en todo lo contrario. La liberalización del monopolio público para fomentar la competencia del mercado podría ser substituida por otro tipo de monopolios, o una abierta limitación real de la competencia. Paralelamente, dentro de los países europeos, se nota la tendencia a ir dejando los problemas de regulación cada vez más en manos de la Cámara Europea de Diputados, en Bruselas, lo que sería cónsono con el proceso de unificación europeo. Sin embargo, en toda esta discusión ni siquiera se mencionan los Derechos del Usuario y, mucho menos, una ética o una moral de los medios.

### EL CASO NORTEAMERICANO

La aprobación de la Telecommunications Act representa la primera reforma de la Ley de Comunicaciones en EE.UU. desde 1934, cuando todavía estaba vivo Guillermo Marconi, inventor de la radio. Durante este tiempo, las barreras políticas habían difuminado cualquier esfuerzo por reformar dicha ley. Fue aprobada en ambas cámaras (414-16, Diputados, y 91-5 en el Senado) y significa la más grande revisión de la industria de las telecomunicaciones, una industria que mueve más de 700.000 millones de dólares al año. Esta reforma está diseñada para mover a todas las industrias del sector de comunicaciones e información a una mayor competencia. Además de romper los monopolios en el área de las telecomunicaciones, el Acta redujo la burocracia de la FCC por lo menos en un 15 por ciento, eliminando cientos de páginas de reglas, regulaciones y normas administrativas, ya superadas.

Bajo esta reforma, las compañías locales de teléfonos (Bell y otras compañías independientes) tienen que demostrar ante los reguladores estatales y la FCC que han abierto

sus redes locales de intercambio a una posible real competencia de otras compañías del sector, sirviendo tanto a negocios y comercio, como a consumidores residenciales, de tal manera que pueda haber una mayor elección entre proveedores de servicios telefónicos. Una vez que esto suceda y que demuestren que tienen real interés en hacerlo, les será permitido a las operadoras de servicios Bell el entrar en el mercado de larga distancia y la fabricación de sus productos.

Una cosa importante en la economía política de los años ochenta y noventa fue la petición de permiso de las compañías telefónicas para transmitir servicios de datos y televisión. Esto último suscitó una de las polémicas más grandes e inquisitivas de la historia moderna de las telecomunicaciones, no sólo en los Estados Unidos, sino también en Europa. La legislación norteamericana actual trata de bajar las mensualidades que se cobran a los usuarios y de mejorar el servicio a través de la competencia. Los consumidores podrán elegir entre los operadores actuales de cable y otros competidores, como, por ejemplo, las compañías telefónicas, a las que se permite incursionar desde ahora, con algunas condiciones, en el mercado de la televisión.

Se supone que la aprobación de esta Ley tendrá como una de sus consecuencias inmediatas la creación de nuevos empleos, unos 3,4 millones adicionales en los 10 primeros años, primariamente en la industria manufacturera, construcción y venta al mayor y detal. Se estima que el Producto Doméstico Bruto se incrementará en aproximadamente 289.000 millones de dólares para el año 2005, producto de los ahorros que los consumidores podrán realizar en el futuro. Al mismo tiempo, se calcula que el aumento de las exportaciones mejorará la balanza de pagos del país en alrededor de US\$ 414.000 millones para el mismo año.

Sin embargo, a pesar de ser ésta una de las Leyes más desreguladoras de la industria audiovisual en la historia del país, quedan algunas áreas reguladas por razones obvias, como son la *concentración de mercado*, la *participación extranjera* y la *propiedad intelectual*. Ningún extranjero puede poseer más del 20

por ciento de las acciones de una industria de comunicación, así como se intenta erradicar los monopolios, prohibiendo que ninguna empresa de cable o transmisión vía satélite posea otra estación de televisión en su área de cobertura.

También prohíbe que la misma compañía posea un diario y una estación de TV, o un diario y una red de cable en la misma área, pero sí admite la posesión de una televisora y una red de cable. La medida permite ampliar la propiedad, pero respetando ciertos límites. Una misma compañía puede adquirir diversas estaciones de televisión hasta alcanzar una cobertura no mayor al 35 por ciento de la audiencia nacional. Lo mismo sucede con las estaciones de radio, aunque éstas se regulan conforme a la densidad del mercado.

En estos días se está entablado una batalla entre News Corp., del magnate australiano R. Murdoch, y las empresas de transmisión por cable. El problema se llama "Sky", valorado en US\$ 1.000 millones, un proyecto de la News Corp, en asociación con EchoStar, una transmisora vía satélite, que pretende entrar al mercado estadounidense con la oferta de 500 canales de televisión, datos, etc. En este abanico de canales se incluyen también canales locales de las grandes cadenas, para lo cual Murdoch está tratando de que se flexibilicen más las leyes de Propiedad Intelectual.

Para muchos, "Sky" podría ser una alternativa de competencia con los distribuidores de cable, quienes, a pesar de todas las leyes, siguen constituidos como monopolios en los mercados locales. Es cierto que Murdoch y Charlie Regen, fundador de EchoStar, en sus visitas a legisladores y reguladores en Washington, han enfatizado las ventajas de competencia que puede traer "Sky", incluyendo precios más baratos para los consumidores, junto a unas opciones más amplias que las que ofrece la televisión actual.<sup>8</sup> Los observadores de la industria, sin embargo, opinan que Murdoch quiere crear su propio monopolio y no descansará hasta conseguirlo.

Con todo, el proyecto tiene también sus zonas débiles desde el punto de vista legal, cosa que sin duda aprovechará la oposición. El primero de ellos es el control indirecto de

"Sky" en manos de extranjeros, ya que News Corp tiene su casa central en Australia y MCI Communications, socio minoritario de "Sky", mantiene un acuerdo para pasar a manos de la británica BT PLC.<sup>9</sup> Además, *Direct TV* ha entrado también a discutir el permiso que se solicita para el proyecto "Sky", alegando ante la FCC que juntos News Corp y EchoStar controlarían la mayoría de las posiciones orbitales que cubren todo EE.UU. Lo consideran como una violación a su derecho a competir en igualdad de condiciones.

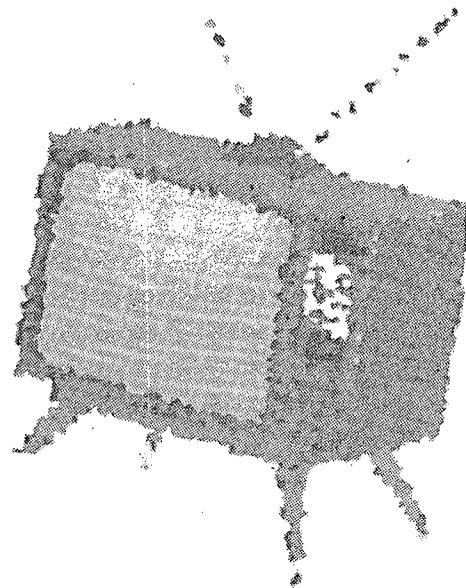
Pero la interpretación de la última ley sobre las comunicaciones no será nada fácil, con múltiples intentos de pasarla por arriba, con daño al espíritu de la propia ley. La concentración de la Industria Audiovisual en grandes conglomerados fundamentan los monopolios. La construcción de una *Infraestructura Nacional de Información*, término acuñado por el vicepresidente norteamericano Al Gore, concentrado solamente en unas cuantas manos, tiene y tendrá consecuencias para la economía, la política y las propias relaciones sociales de todos aquellos países en donde se instale. Y la defensa en contra de ello es difícil, si no imposible en la actualidad.

## EL CASO LATINOAMERICANO

El caso de nuestros países es típico del subdesarrollo. Dentro del área geopolítica de influencia del Norte, nos movemos al son que nos tocan. Se está desarrollando en Sudamérica una ola continua de privatizaciones de las industrias del sector, deshaciendo los monopolio estatales, para dar paso a la inversión extranjera y, en la mayoría de los casos, a la creación de nuevos monopolios privados de distinto tipo. Por esta puerta abierta de par en par se están colando los grandes tiburones de la comunicación, por medio de inversión directa o fusiones, quienes traen nuevas tecnologías y servicios audiovisuales, centrando sus negocios en cable, televisión aérea, telefonía regular y celular, comunicación satelital, video y radiodifusión. Todos estos movimientos obligan a los diferentes gobiernos a desregular, como condición *sine qua non*, su sector de telecomunicaciones,

sin tener todavía claro cómo preservar su identidad o su futuro socio cultural y político.

Es curioso observar cómo la economía, el mercado, asume aún las relaciones interpersonales y la política, conformándolas según sus intereses. Tenemos el caso de Argentina, uno de los mercados sudamericanos más importantes dentro de esta área. En julio del año pasado se presentó en la Cámara de Diputados un anteproyecto de ley sobre telecomunicaciones, con la firma de Juan M. Vancarcel<sup>10</sup> (una sección del partido Justicialista, actualmente en el poder). Este anteproyecto fue



conocido también como el "proyecto Clarín", un grupo financiero argentino. La oposición puso de relieve los puntos álgidos del anteproyecto, como el permitir la concentración oligopólica de los medios, la concesión de licencias a muy largo plazo, la prohibición a las telefónicas de entrar en la radiodifusión y la excesiva protección a la industria nacional. El proyecto fue devuelto para su estudio y reformulación.

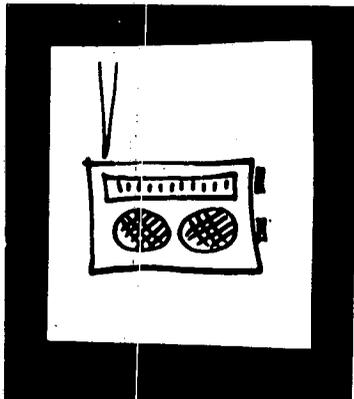
Meses más tarde, se presentaron dos proyectos ante la Cámara Alta, patrocinados por el Justicialismo y el Radicalismo, respectivamente. El primero de ellos propone la conformación de un ente autárquico ejecutivo, algo así como la FCC de EE.UU., y prevee la desregulación del mercado, tomando ciertas medidas para evitar los monopolios. Así, por ejemplo, no permite más del

25 por ciento de las ondas de una región, o un 35 por ciento en todo el país, a un mismo concesionario. Tampoco permite a las compañías telefónicas participar en la Radio-difusión hasta que no terminen su período de exclusividad.

El partido radical apoya una Ley de Telecomunicaciones que impulsa "la libre competencia en los servicios finales,"<sup>11</sup> y por lo tanto, "los servicios de Televisión por Cable pueden prestar servicios de telefonía y viceversa". Como es usual en estos casos, se trata de evitar la formación de monopolios, tomando medidas para que ningún concesionario pueda operar más del 5 por ciento de las frecuencias disponibles en cada área, junto a la reserva para el Estado del 30 por ciento de las frecuencias, no pudiendo tener ningún concesionario un número de subscriptores mayor al 30 por ciento del mercado potencial de su distrito o área de cobertura. Por supuesto, ambos proyectos fueron rechazados en su primera redacción, juntándose los dos partidos políticos para elaborar un proyecto de consenso. Todo esto hace que las solicitudes de concesiones se hayan disparado hasta el cielo.

En México, la nueva Ley Federal de Telecomunicaciones permite a los operadores de cable funcionar como una red pública, lo que hace que puedan ofrecer servicios de audio, video y telefonía. En cambio, no permite, por el momento, que las compañías telefónicas ofrezcan servicios de televisión, aunque es probable que esto último se desregule en un futuro a corto plazo. Siendo México el segundo mercado de televisión por cable en importancia en Latinoamérica, el desarrollo de los acontecimientos ha provocado una creciente actividad en el campo de las alianzas y fusiones, siendo las telefónicas y los operadores de cable los primeros protagonistas.

Desde que en Chile se desreguló el sector de las Telecomunicaciones hace unos años diversas transnacionales de productos audiovisuales han entrado al país para negociar en una competencia libre y abierta. Supuestamente se acabó el mito de los monopolios naturales y la monopolización por razones técnicas.<sup>12</sup> A comienzos de 1995 se privatizó Entel, Empresa Nacional de Telecomunicaciones, que monopolizaba la



telefonía de larga distancia internacional, siendo comprada en su mayor parte por la empresa italiana SFTA (Società Finanziaria Telefónica per azioni), en sociedad, a su vez, con la surcoreana Samsung. Un poco más tarde se privatizó el monopolio nacional de la Compañía Telefónica de Chile (CTC), siendo uno de sus propietarios la Telefónica de España, a través de su filial asociada a CTC.

Las fusiones y adquisiciones están a la orden del día en Chile, con la finalidad de poder competir mejor y preservar su cuota en un mercado no muy grande para todos. Las compañías de servicios audiovisuales tienen que poder ofrecer calidad, tecnología y bajos precios, con lo que sale ganando el consumidor. El costo de las llamadas internacionales de larga distancia, por ejemplo, bajó un 55 por ciento promedio después de la desregulación. Con la llegada de nuevas tecnologías, la telefonía asociada al computador, un nuevo tipo de red para un teléfono digital autónomo, etc, los operadores de cable pueden ofrecer ahora diversos paquetes de telecomunicaciones junto a los canales disponibles de televisión. Así mismo, las telefónicas pueden también ofrecer diversos paquetes de telecomunicaciones, en los que está incluida la televisión. Desde luego, las economías de escala que se produzcan a raíz de tanto movimiento pueden beneficiar, de momento, al consumidor, mientras los distintos protagonistas se reagrupan de nuevo.

La televisión colombiana sigue

fundamentalmente monopolizada por el Estado. En la Ley de Telecomunicaciones que se aprobó en mayo del 96, pone la autoridad para su aplicación en el Consejo Nacional de Televisión, del cual depende Inravisión. Este organismo estatal controla la Radio Nacional, Cadena A, Cadena 1 y Cadena Cultural, dedicada solamente a programas culturales. La Ley prevee un Fondo Nacional de Televisión, en apoyo de los canales regionales y locales, el cual se forma con el 10 por ciento de lo recaudado por la TV cable. Inravisión fija los lineamientos generales de las tres grandes cadenas, regulando diversos tipos de programas según los horarios y situaciones. Por ejemplo, los noticiarios sólo se pueden pasar a la misma hora en todos los canales. Existen en Colombia tres grandes regiones, coincidentes en la práctica con las de la telefonía celular. A pesar de los obstáculos, se prevee que los grandes grupos económicos participarán cada vez más en el sector de las telecomunicaciones, telefonía móvil, industrias culturales y diversos medios de comunicación.

La legislación boliviana sobre televisión se mantiene entre dos aguas. Todavía está vigente en el país la Ley de Telecomunicaciones de 1970, donde se favorece sin reparos la fuerte presencia estatal de la televisión pública en el sector. Sin embargo, según la ex-Dirección General de Telecomunicaciones, de los 127 canales de televisión conocidos, 13 funcionan sin licencia, 27 tienen algún trámite pendiente y 51 son clandestinos.<sup>13</sup> Como tantos países en vías de desarrollo, se necesita dinero fresco, inversión extranjera, lo que obliga a abrir las puertas de los mercados internos, dando facilidades de inversión. Con la intención de atraer a las empresas transnacionales del sector, en 1995 se aprobaron varias enmiendas a la Ley de Telecomunicaciones, criticadas por no proteger la privacidad de las comunicaciones y fomentar al mismo tiempo el crecimiento de monopolios. Con estas enmiendas, la duración de una licencia de televisión pasa a ser de 40 años. En un mercado tan pequeño, con un porcentaje de población indígena muy alto que no usa mayoritariamente estos servicios, no se habla todavía de grandes redes de telecomunicaciones en esta área. El caso

toma importancia porque es un ejemplo más de la invasión de nuestros países, que todavía continúa.

## EL CASO DE VENEZUELA

El último proyecto de Ley que se presentó ante el Congreso, sujeto a doble discusión, fue aprobado en primera instancia por la Cámara de Diputados, en mayo de 1991. Las circunstancias por las que atravesaba el país durante esos meses, la privatización de la Telefónica CANTV, agitación social y política, junto a la indiferencia de los congresantes hacia lo que podría haber significado esta Ley, hicieron que antes de la segunda discusión de rigor se acabara el período legislativo, con lo que se perdió una buena supuesta oportunidad de progreso. Ahora es necesario presentar una nueva iniciativa, diferente a la anterior, tomando en cuenta el desarrollo del sector como una globalidad, que se debe insertar en el marco de los acuerdos internacionales de comercio firmados o por firmarse, lo que supone una Ley de base suficientemente ancha como para enfrentar el futuro sin angustias.

El proyecto de 1991 trataba de sentar las bases que harían del desarrollo de las telecomunicaciones en el país un proceso ágil y ordenado, que serviría a la vez de plan de estímulo para este novedoso sector económico.<sup>14</sup> La Comisión de Medios de la Cámara de Diputados promueve por el momento un Proyecto de Ley amplio, que abarque no sólo a la prensa, telefonía radio y televisión, sino a todo el sector de las telecomunicaciones e informática. Es un proyecto ambicioso, que en algunos casos podría ser de difícil manejo. Hasta la fecha, sigue vigente la Ley de Comunicaciones de 1940, con los reglamentos parciales aprobados en 1991, lo que ha permitido que se iniciaran una serie de servicios en competencia bajo un marco regulatorio definido como transitorio.

Siguiendo los mismos patrones de mercado, la nueva ley debe de estar orientada, como lo hizo la ley anterior de 1991, hacia la desregulación, promoviendo el establecimiento de un régimen de libre afluencia en la prestación de las diversas modalidades de servicios, "limitando las prácticas concertadas por parte de los prestadores que



tengan por objeto o efecto impedir, restringir o falsear la libre competencia, a la par que programar la aprobación de los planes nacionales de telecomunicaciones, que orienten el desarrollo del sector.<sup>15</sup> Además, la nueva ley tendrá que tener entre sus objetivos el de promover la inversión privada, nacional o foránea.

A partir de esta Ley se trata de crear el Consejo Nacional de Telecomunicaciones (Conatel), no simplemente una comisión como existe en la actualidad, con personalidad jurídica e independiente del Fisco Nacional. Dicho Consejo tendría la facultad de elaborar los planes nacionales y sectoriales para el desarrollo de toda el área, de acuerdo con las políticas del Ministerio de Transporte y Comunicaciones. Elaboraría, también, las normas técnicas para la prestación de los diferentes servicios de telecomunicaciones pudiendo otorgar concesiones, licencias, permisos o autorizaciones para la explotación, operación y uso de dichos servicios. Obligatoriamente se tendrá que definir muy bien en qué consisten estas concesiones, licencias, autorizaciones y permisos, con el objeto de evitar confusiones a la hora de su aplicación.

El patrimonio de Conatel se formaría a base de varios tributos, como serían los aranceles para el procesamiento y otorgamiento de licencias, concesiones, permisos y la homologación de equipos y autorizaciones prescritas en la Ley. También se contempla un impuesto a los ingresos brutos de las compañías

que operan servicios de telecomunicaciones en el país, además de un porcentaje mínimo del valor de los equipos que se utilicen para la prestación de un servicio. La penalización a los infractores de estas disposiciones será establecida por la Ley, así como la revocatoria de la licencia, concesión o permiso, en los casos graves.

Finalmente, nos encontramos en un mundo cambiante, en proceso de globalización, donde las relaciones interpersonales son las relaciones de mercado y nada más, lo que contribuye al debilitamiento acelerado de los lazos tradicionales comunitarios, éticos y políticos. Un mundo donde las personas comienzan a sentirse convocadas por el consumo más que como ciudadanos, donde las decisiones políticas y económicas se toman siguiendo las normas inmediatistas del mercado. En este contexto, la desregulación es como el hilo conductor más visible que, como el efecto dominó, se extiende por todos los países. Es ésta una necesidad imperiosa del mercado, con el fin de apresurar supuestamente el desarrollo de las futuras arterias electrónicas. Ya no se habla de ética, ni de diversidad cultural, tampoco de compromiso social. No sabemos hasta qué grado de inhumanidad nos llevará el camino que transitamos. El futuro lo dirá.

## NOTAS

- 1 *El Universal*. 10/12/96, Economía 2-9
- 2 Mario Robles Arangiz Institutua, Urria 1994. Octubre. *Mundialización de la Economía*
- 3 Ben Bagdikian. *The Media Monopoly*. Bacon press. Boston, 3ª edición. 1990, p. 5
- 4 Italia. Cámara de Diputados. N° 4710. Proyecto de Ley.
- 5 *Ibid.*
- 6 Ver: D. McQuail, K. Siune y J. Tunstall. *A new media orden in Europe ¿actuality or ilusion?* D. McQuail y K. Siune en *New Media policies. Comparative perspectives in Western Europe*, p. 203
- 7 Ben Bagdikian Obra citada, p. 185
- 8 *El Nacional*. 18/03/97, E/4. *La TV por cable de EE.UU...*
- 9 *Ibid.*
- 10 Fundación Ciccus. Boletín de Industrias Culturales. N° 2
- 11 *Ibid.*
- 12 Néstor Suárez. *El Globo*. Economía, 26/04/97.
- 13 Fundación Ciccus. Boletín de Industrias Culturales. N° 2
- 14 Ver E. Dávila. *Economía Hoy*. 10/11/94
- 15 Cámara de Diputados. Proyecto de Ley de Telecomunicaciones. 1991. Preámbulo.

El caso europeo

# Globalización y políticas de comunicación regionales

Marcial Murciano

## RESUMEN

En el contexto de una dinámica económica de Globalización cobra importancia mayor el estudio de la nueva articulación regional de los espacios comunicativos.

El autor estudia concretamente el caso europeo. Analiza aquí la construcción, funciones, políticas y ejecutorias de cuatro grandes organismos europeos, bajo cuya responsabilidad principal están las políticas públicas de comunicación: la Unión Europea, el Consejo de Europa, la Unión Europea de Radiodifusión y la Organización Europea de Satélites de Comunicación.

El Estudios, con adecuado respaldo documental, aporta valiosa información. El estudio llega a una conclusión importante: la comprensión de una realidad, en la que los desafíos económicos, industriales y culturales, están interconectados, ha pasado a ser considerada prioritaria en la agenda política europea.

## ABSTRACT

In the context of an economical dynamic of Globalization, the study of the new regional articulation for the communications sector is of a great importance.

The author studies the European case. He analyzes the constitution, functions, policies and performance of four big European institutions, which have the responsibility over the communications public policies: The European Union, The European Council, The European Union of Broadcasting and The European Organization of Communications Satellites.

With a good documental backing, the study shares a valuable informations. It also arrives to an important conclusion: the comprehension of a reality, in which the economic, industrial and cultural challenges are interconnected, has arrived to be consider a priority in the European political agenda.

## INTRODUCCIÓN

Para todos los que nos hemos venido dedicando durante algún tiempo al estudio de los sistemas de comunicación desde la perspectiva de su acción internacional, los acontecimientos ocurridos durante la última década nos han hecho modificar significativamente el punto de vista con el que abordamos los temas tradicionales de la información, la comunicación, la cultura o la innovación tecnológica en los sistemas portadores de mensajes.

En mi opinión, uno de los aspectos centrales que caracterizan este desplazamiento de perspectiva reside en la intensificación de la actual fase de *mundialización regionalizada* en la que nos encontramos, como consecuencia de la *dinámica económica*

*de mundialización* en curso. A esta dinámica de mundialización el pensamiento anglosajón la denomina habitualmente *globalización*, atendiendo sobre todo a los aspectos tecnológicos que están transformando nuestra perspectiva del espacio y del tiempo. Como es sabido, el pensamiento crítico latinoamericano había introducido ya en los años ochenta el concepto de *transnacionalización* para estudiar estos mismos fenómenos.

No me voy a extender en la compleja problemática teórica que introduce la mundialización. Me interesa tan solo subrayar que el tema de las políticas de comunicación se inscribe en el marco que define la regionalización del sistema mundial. Es en este contexto que analizaré las principales características de las políticas



públicas de comunicación en el espacio europeo.

## GLOBALIZACIÓN Y NUEVOS ESPACIOS REGIONALES

Una de las características sobresalientes de la mencionada dinámica de mundialización es la configuración de una *nueva articulación* de los *espacios comunicativos*.

Frente a los enfoques tradicionales de hace veinte años, en los que analizábamos la oposición de las fuerzas nacionales frente a la emergencia de una creciente actividad exterior transnacional, lo característico de la actual fase es identificar en el escenario planetario al menos cuatro espacios de actividad comunicativa, cada vez más diferenciados. Estos espacios son, en un orden de mayor a menor dimensión: en primer lugar, el *espacio global* que favorece la nueva tecnología y en el que se incrementa una difusión cada vez más amplia de mensajes sincrónicos; en segundo lugar, los espacios supranacionales o *macroespacios regionales*, característicos de la actual fase de regionalización; en tercer lugar, el espacio tradicional del *Estado nación*; y, por último, y cada vez con una mayor identidad propia, los *espacios locales*, diferenciados por sus características de comunidad específica (lengua, historia, religión, costumbres, territorio, etc.)

Es en el contexto de esta nueva dinámica de espacios comunicativos que me parece oportuno introducir el tema de las políticas de comunicación en la Unión Europea.



COMUNICACION

La Unión Europea es desde 1992 el espacio regional en construcción más desarrollado. La integración, no solo económica, sino también política y cultural, ha configurado sobre todo un amplio mercado que en la actualidad supera los 350 millones de personas y en el que se produce aproximadamente una cuarta parte del PIB mundial y algo más de una tercera parte del comercio mundial.

Esta integración ha originado una importante dinámica de cambios de todo tipo: políticos, jurídicos, comerciales, y, por supuesto, es también motor de una serie de transformaciones que se observan en la *esfera comunicativo-cultural*, por otra parte, muy afectada por la dinámica de innovación tecnológica ocurrida en la última década.

En un par de décadas, Europa se ha convertido en uno de los modernos espacios geoeconómicos que se desarrollan por todo el planeta. En la actualidad, este proceso de integración está compuesto por quince estados miembros -tras la reciente incorporación de Austria, Suecia y Finlandia-, y hay una lista de más de doce países de Europa Central y Oriental que han solicitado su ingreso, de los cuales la mitad podrían adherirse después de la unificación de la moneda europea, prevista para final de siglo. Estas integraciones, darían una dimensión demográfica a la unión por encima de los 400 millones de habitantes y un espacio geográfico ampliado que iría del Atlántico a las fronteras de la actual Rusia.

Tal como se ha avanzado, el caso de la Unión Europea no constituye un ejemplo aislado en la construcción de macroespacios regionales, sino el modelo más acabado de esta nueva tendencia. Dentro de ella, podemos considerar también la integración económica que se está produciendo en el Atlántico Norte, con la ratificación de Tratado de Libre Comercio, liderado por Estados Unidos que integran las economías de este país, Canadá y México.

En el Pacífico, se están poniendo las bases desde hace tiempo para una asociación similar, prevista para los inicios del siglo próximo, aunque a Japón le resulta difícil liderar un espacio en el que se encuentran involucradas China y la India, que por su dimensión y potencia cultural son

verdaderos macroespacios en sí mismos.

La otra gran experiencia regional en marcha la constituye el sur del continente americano, donde se ha acelerado la integración de los países meridionales con la firma del tratado de Mercosur, liderado por Brasil y Argentina, y en el que participan también Uruguay y Paraguay.

Quisiera añadir dos regiones más a este nuevo orden multirregional. Por un lado la Ex Unión Soviética, la actual Rusia, parte de cuyos problemas residen en su transformación en un espacio regional, con moneda, ejército y economía unificados. Por otro, el mundo árabe que ha iniciado desde hace décadas diversos procesos de unificación regional sin mayor éxito hasta el momento, pero que encierra todos los factores que pueden fomentar su unión: coherencia lingüística, tradición histórica y cultural, necesidad económica y voluntad política.

Esta nueva forma de agrupación de economías y espacios nacionales, se realiza como se ha avanzado en el seno de la *dinámica de integración de la economía mundial* y exige una *redefinición* de los sistemas de *comunicación* y de sus espacios de *actuación*, que se encuentran ahora conectados por una nueva dinámica de articulación que tiene una *lógica de acción global*, la que le infiere la actividad económica mundializada; los actores económicos principales que definen estos nuevos espacios son las modernas compañías transnacionales.

En el seno de estos macroespacios, los medios de comunicación constituyen uno de los elementos centrales; por ejemplo, favorecen la creación y difusión de la moderna cultura audiovisual, redefinen las nuevas identidades colectivas, contribuyen a la creación de una cultura política común, etc. La esfera de lo comunicativo es por tanto el elemento de enlace entre los nuevos espacios regionales y la dinámica global del sistema. La esfera comunicativa constituye el nexo simbólico que permite la articulación de los espacios que hemos mencionado: el local, el nacional, el regional y el mundial.



## LOS GRANDES ORGANISMOS DE ACTUACIÓN EN LAS POLÍTICAS PÚBLICAS DE COMUNICACIÓN EUROPEAS

Contrariamente a una idea bastante extendida, en el espacio europeo y en el ámbito de las políticas públicas de comunicación coexisten en la actualidad diversos organismos supranacionales de actuación. Los principales organismos son:

En primer lugar, la Unión Europea, que incluye a los 15 países que han firmado el tratado de la Unión, en 1992, y que se encuentran comprometidos en el proceso de integración europea. Fundamentalmente es la Comisión Europea quien toma las iniciativas en materia de políticas de comunicación, aunque también lo hacen en menor medida el Parlamento de la Unión y el Consejo, que son órganos con competencias y poder diferentes.

Un segundo gran actor lo constituye el Consejo de Europa, institución fundada a finales de los años cincuenta. Es el organismo europeo más representativo al que pertenecen más de treinta países e integra la casi totalidad de los países de la Europa Oriental, pero con un menor peso y poder en la definición de las políticas europeas.

El tercer actor que mencionaremos es la Unión Europea de la Radiodifusión (UER), fundada en 1950, en la que se encuentran integrados la

totalidad de los organismos públicos europeos de radio y televisión.

Por último, señalaremos el papel de la Organización Europea de Satélites de Comunicación (EUTELSAT), fundada en 1977, que agrupa los entes de Correos y Telecomunicaciones públicos europeos y actúa como rama regional de la organización mundial INTELSAT. En general, en Europa, los organismos de Correos y Telecomunicaciones son las instituciones encargadas para la transmisión de señales y los difusores (canales y medios) deben negociar con ellos la distribución de emisiones.

Estos cuatro actores son los que han intervenido significativamente y en diverso grado en la configuración de políticas de comunicación en los principales cuatro ámbitos siguientes:

La política organizadora de emisiones de televisión.

La política de promoción de una industria audiovisual.

La política de telecomunicaciones (reglamentación, desarrollo de nuevas redes, diseño de las autopistas de la información, etc.)

La política industrial de materiales para la comunicación (en el sector electrónico, de equipos, etc.)

## LA ACTUACIÓN DE LA UNIÓN EUROPEA EN POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN

Hasta la firma del reciente tratado de la Unión de 1992, las competencias de actuación de la Comunidad Europea en materia de comunicación estaban limitadas a los aspectos económicos e industriales (bienes y servicios). En este sentido, la comunicación -y más en concreto el cine y la televisión- sólo pudieron ser tratados en tanto que actividades económicas. El tratado de 1992, después de un intenso y controvertido debate, atribuyó a la Unión competencias culturales que hasta el momento desempeñaba solamente el Consejo de Europa en el espacio europeo.

Tal como se ha dicho, de todas las instituciones de la Unión, la Comisión (el ejecutivo europeo) es la que ha tenido un papel más activo. Las iniciativas desarrolladas por la Comisión se encuentran repartidas en tres departamentos (direcciones) encargados de la elaboración de informes y estudios específicos en materia

de comunicación:

-La Dirección General III, encargada del Mercado interior y los Asuntos Industriales.

-La Dirección General X, dedicada a la Información, la Comunicación y la Cultura.

-La Dirección General XIII, dedicada a las Telecomunicaciones, las Industrias de la Información y la Innovación.

Desde principios de los años ochenta, fundamentalmente estos tres departamentos se han encargado de abordar los diferentes aspectos de las políticas de comunicación europeas: la dimensión jurídica, la dimensión comunicativa y la cultural, y la dimensión tecnológica e industrial.

La primera actuación significativa de la Unión en el campo de la televisión se remonta a una docena de años. En 1984, la Comisión presenta un primer informe *Libro Verde para el establecimiento de un mercado común de la televisión en Europa*, conocido posteriormente como "la Directiva sobre la televisión sin fronteras". El objetivo del informe era estudiar la situación del audiovisual en el seno de los países miembros y la necesidad de: 1) desarrollar una *política coherente para la armonización del sector* en los diferentes países -sobre todo en lo que se refiere a la publicidad, la protección de la juventud, el derecho de respuesta y los derechos de autor-; y 2) el proponer una *política comunitaria común* capaz de superar las dificultades nacionales existentes en cada país y responder conjuntamente a los grandes retos económicos y culturales involucrados en el sector audiovisual.

Dos años más tarde, en 1986, los contenidos del informe se transformaron en una propuesta de directiva comunitaria (ley para los estados miembros) en la que se definieron los aspectos centrales de la Unión en el campo de la política audiovisual.

La directiva proponía, en primer lugar, la planificación de una *política tecnológico-industrial* para los equipos audiovisuales e invitaba a la adopción de normas técnicas comunes, en especial en la promoción de una *norma para el desarrollo de la televisión de alta definición* y su estandarización a nivel mundial.

En segundo lugar, establecía un programa de *política económica-industrial* con el propósito de generar

El caso europeo

# Globalización y políticas de comunicación regionales

Marcial Murciano

## RESUMEN

*En el contexto de una dinámica económica de Globalización cobra importancia mayor el estudio de la nueva articulación regional de los espacios comunicativos.*

*El autor estudia concretamente el caso europeo. Analiza aquí la construcción, funciones, políticas y ejecutorías de cuatro grandes organismos europeos, bajo cuya responsabilidad principal están las políticas públicas de comunicación: la Unión Europea, el Consejo de Europa, la Unión Europea de Radiodifusión y la Organización Europea de Satélites de Comunicación.*

*El Estudios, con adecuado respaldo documental, aporta valiosa información. El estudio llega a una conclusión importante: la comprensión de una realidad, en la que los desafíos económicos, industriales y culturales, están interconectados, ha pasado a ser considerada prioritaria en la agenda política europea.*

## ABSTRACT

*In the context of an economical dynamic of Globalization, the study of the new regional articulation for the communications sector is of a great importance.*

*The author studies the European case. He analyzes the constitution, functions, policies and performance of four big European institutions, which have the responsibility over the communications public policies: The European Union, The European Council, The European Union of Broadcasting and The European Organization of Communications Satellites.*

*With a good documental backing, the study shares a valuable informations. It also arrives to an important conclusion: the comprehension of a reality, in which the economic, industrial and cultural challenges are interconnected, has arrived to be consider a priority in the European political agenda.*

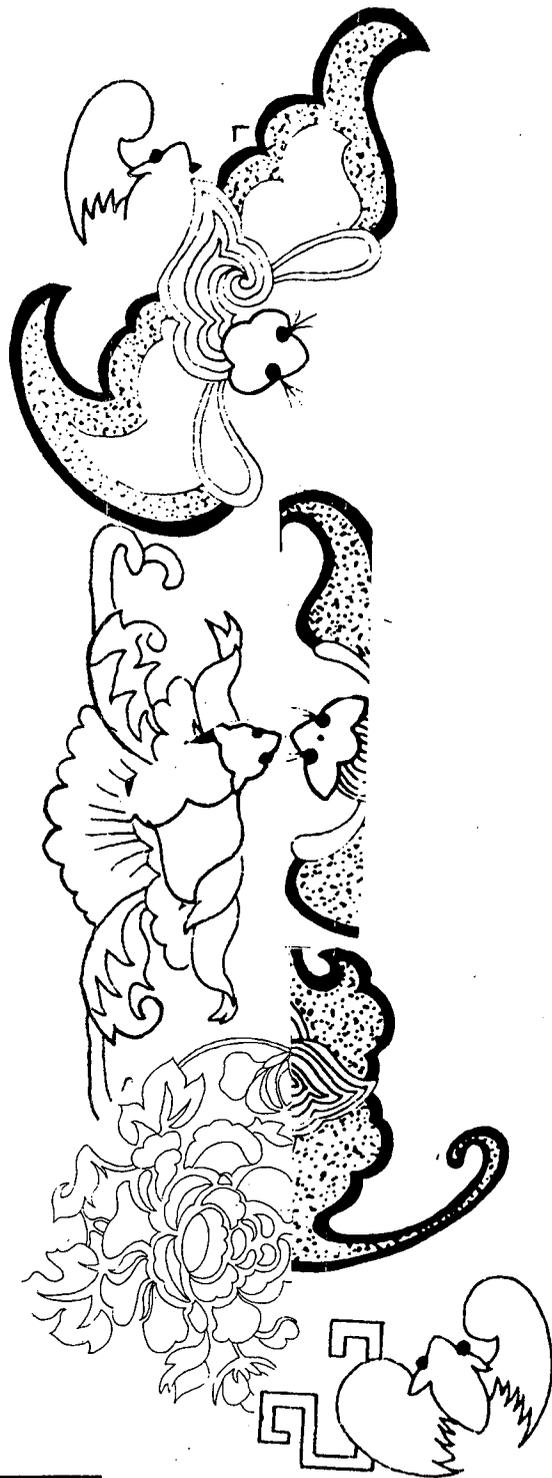
## INTRODUCCIÓN

Para todos los que nos hemos venido dedicando durante algún tiempo al estudio de los sistemas de comunicación desde la perspectiva de su acción internacional, los acontecimientos ocurridos durante la última década nos han hecho modificar significativamente el punto de vista con el que abordamos los temas tradicionales de la información, la comunicación, la cultura o la innovación tecnológica en los sistemas portadores de mensajes.

En mi opinión, uno de los aspectos centrales que caracterizan este desplazamiento de perspectiva reside en la intensificación de la actual fase de *mundialización regionalizada* en la que nos encontramos, como consecuencia de la *dinámica económica*

*de mundialización* en curso. A esta dinámica de mundialización el pensamiento anglosajón la denomina habitualmente *globalización*, atendiendo sobre todo a los aspectos tecnológicos que están transformando nuestra perspectiva del espacio y del tiempo. Como es sabido, el pensamiento crítico latinoamericano había introducido ya en los años ochenta el concepto de *transnacionalización* para estudiar estos mismos fenómenos.

No me voy a extender en la compleja problemática teórica que introduce la mundialización. Me interesa tan solo subrayar que el tema de las políticas de comunicación se inscribe en el marco que define la regionalización del sistema mundial. Es en este contexto que analizaré las principales características de las políticas



públicas de comunicación en el espacio europeo.

## GLOBALIZACIÓN Y NUEVOS ESPACIOS REGIONALES

Una de las características sobresalientes de la mencionada dinámica de mundialización es la configuración de una *nueva articulación* de los *espacios comunicativos*.

Frente a los enfoques tradicionales de hace veinte años, en los que analizábamos la oposición de las fuerzas nacionales frente a la emergencia de una creciente actividad exterior transnacional, lo característico de la actual fase es identificar en el escenario planetario al menos cuatro espacios de actividad comunicativa, cada vez más diferenciados. Estos espacios son, en un orden de mayor a menor dimensión: en primer lugar, el *espacio global* que favorece la nueva tecnología y en el que se incrementa una difusión cada vez más amplia de mensajes sincrónicos; en segundo lugar, los espacios supranacionales o *macroespacios regionales*, característicos de la actual fase de regionalización; en tercer lugar, el espacio tradicional del *Estado nación*; y, por último, y cada vez con una mayor identidad propia, los *espacios locales*, diferenciados por sus características de comunidad específica (lengua, historia, religión, costumbres, territorio, etc.)

Es en el contexto de esta nueva dinámica de espacios comunicativos que me parece oportuno introducir el tema de las políticas de comunicación en la Unión Europea.



COMUNICACION

La Unión Europea es desde 1992 el espacio regional en construcción más desarrollado. La integración, no solo económica, sino también política y cultural, ha configurado sobre todo un amplio mercado que en la actualidad supera los 350 millones de personas y en el que se produce aproximadamente una cuarta parte del PIB mundial y algo más de una tercera parte del comercio mundial.

Esta integración ha originado una importante dinámica de cambios de todo tipo: políticos, jurídicos, comerciales, y, por supuesto, es también motor de una serie de transformaciones que se observan en la *esfera comunicativo-cultural*, por otra parte, muy afectada por la dinámica de innovación tecnológica ocurrida en la última década.

En un par de décadas, Europa se ha convertido en uno de los modernos espacios geoeconómicos que se desarrollan por todo el planeta. En la actualidad, este proceso de integración está compuesto por quince estados miembros -tras la reciente incorporación de Austria, Suecia y Finlandia-, y hay una lista de más de doce países de Europa Central y Oriental que han solicitado su ingreso, de los cuales la mitad podrían adherirse después de la unificación de la moneda europea, prevista para final de siglo. Estas integraciones, darían una dimensión demográfica a la unión por encima de los 400 millones de habitantes y un espacio geográfico ampliado que iría del Atlántico a las fronteras de la actual Rusia.

Tal como se ha avanzado, el caso de la Unión Europea no constituye un ejemplo aislado en la construcción de macroespacios regionales, sino el modelo más acabado de esta nueva tendencia. Dentro de ella, podemos considerar también la integración económica que se está produciendo en el Atlántico Norte, con la ratificación de Tratado de Libre Comercio, liderado por Estados Unidos que integran las economías de este país, Canadá y México.

En el Pacífico, se están poniendo las bases desde hace tiempo para una asociación similar, prevista para los inicios del siglo próximo, aunque a Japón le resulta difícil liderar un espacio en el que se encuentran involucradas China y la India, que por su dimensión y potencia cultural son

verdaderos macroespacios en sí mismos.

La otra gran experiencia regional en marcha la constituye el sur del continente americano, donde se ha acelerado la integración de los países meridionales con la firma del tratado de Mercosur, liderado por Brasil y Argentina, y en el que participan también Uruguay y Paraguay.

Quisiera añadir dos regiones más a este nuevo orden multirregional. Por un lado la Ex Unión Soviética, la actual Rusia, parte de cuyos problemas residen en su transformación en un espacio regional, con moneda, ejército y economía unificados. Por otro, el mundo árabe que ha iniciado desde hace décadas diversos procesos de unificación regional sin mayor éxito hasta el momento, pero que encierra todos los factores que pueden fomentar su unión: coherencia lingüística, tradición histórica y cultural, necesidad económica y voluntad política.

Esta nueva forma de agrupación de economías y espacios nacionales, se realiza como se ha avanzado en el seno de la *dinámica de integración de la economía mundial* y exige una *redefinición* de los sistemas de *comunicación* y de sus espacios de *actuación*, que se encuentran ahora conectados por una nueva dinámica de articulación que tiene una *lógica de acción global*, la que le infiere la actividad económica mundializada; los actores económicos principales que definen estos nuevos espacios son las modernas compañías transnacionales.

En el seno de estos macroespacios, los medios de comunicación constituyen uno de los elementos centrales; por ejemplo, favorecen la creación y difusión de la moderna cultura audiovisual, redefinen las nuevas identidades colectivas, contribuyen a la creación de una cultura política común, etc. La esfera de lo comunicativo es por tanto el elemento de enlace entre los nuevos espacios regionales y la dinámica global del sistema. La esfera comunicativa constituye el nexo simbólico que permite la articulación de los espacios que hemos mencionado: el local, el nacional, el regional y el mundial.



## LOS GRANDES ORGANISMOS DE ACTUACIÓN EN LAS POLÍTICAS PÚBLICAS DE COMUNICACIÓN EUROPEAS

Contrariamente a una idea bastante extendida, en el espacio europeo y en el ámbito de las políticas públicas de comunicación coexisten en la actualidad diversos organismos supranacionales de actuación. Los principales organismos son:

En primer lugar, la Unión Europea, que incluye a los 15 países que han firmado el tratado de la Unión, en 1992, y que se encuentran comprometidos en el proceso de integración europea. Fundamentalmente es la Comisión Europea quien toma las iniciativas en materia de políticas de comunicación, aunque también lo hacen en menor medida el Parlamento de la Unión y el Consejo, que son órganos con competencias y poder diferentes.

Un segundo gran actor lo constituye el Consejo de Europa, institución fundada a finales de los años cincuenta. Es el organismo europeo más representativo al que pertenecen más de treinta países e integra la casi totalidad de los países de la Europa Oriental, pero con un menor peso y poder en la definición de las políticas europeas.

El tercer actor que mencionaremos es la Unión Europea de la Radiodifusión (UER), fundada en 1950, en la que se encuentran integrados la

totalidad de los organismos públicos europeos de radio y televisión.

Por último, señalaremos el papel de la Organización Europea de Satélites de Comunicación (EUTELSAT), fundada en 1977, que agrupa los entes de Correos y Telecomunicaciones públicos europeos y actúa como rama regional de la organización mundial INTELSAT. En general, en Europa, los organismos de Correos y Telecomunicaciones son las instituciones encargadas para la transmisión de señales y los difusores (canales y medios) deben negociar con ellos la distribución de emisiones.

Estos cuatro actores son los que han intervenido significativamente y en diverso grado en la configuración de políticas de comunicación en los principales cuatro ámbitos siguientes:

La política organizadora de emisiones de televisión.

La política de promoción de una industria audiovisual.

La política de telecomunicaciones (reglamentación, desarrollo de nuevas redes, diseño de las autopistas de la información, etc.)

La política industrial de materiales para la comunicación (en el sector electrónico, de equipos, etc.)

## LA ACTUACIÓN DE LA UNIÓN EUROPEA EN POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN

Hasta la firma del reciente tratado de la Unión de 1992, las competencias de actuación de la Comunidad Europea en materia de comunicación estaban limitadas a los aspectos económicos e industriales (bienes y servicios). En este sentido, la comunicación -y más en concreto el cine y la televisión- sólo pudieron ser tratados en tanto que actividades económicas. El tratado de 1992, después de un intenso y controvertido debate, atribuyó a la Unión competencias culturales que hasta el momento desempeñaba solamente el Consejo de Europa en el espacio europeo.

Tal como se ha dicho, de todas las instituciones de la Unión, la Comisión (el ejecutivo europeo) es la que ha tenido un papel más activo. Las iniciativas desarrolladas por la Comisión se encuentran repartidas en tres departamentos (direcciones) encargados de la elaboración de informes y estudios específicos en materia

de comunicación:

-*La Dirección General III*, encargada del Mercado interior y los Asuntos Industriales.

-*La Dirección General X*, dedicada a la Información, la Comunicación y la Cultura.

-*La Dirección General XIII*, dedicada a las Telecomunicaciones, las Industrias de la Información y la Innovación.

Desde principios de los años ochenta, fundamentalmente estos tres departamentos se han encargado de abordar los diferentes aspectos de las políticas de comunicación europeas: la dimensión jurídica, la dimensión comunicativa y la cultural, y la dimensión tecnológica e industrial.

La primera actuación significativa de la Unión en el campo de la televisión se remonta a una docena de años. En 1984, la Comisión presenta un primer informe *Libro Verde para el establecimiento de un mercado común de la televisión en Europa*, conocido posteriormente como "*la Directiva sobre la televisión sin fronteras*". El objetivo del informe era estudiar la situación del audiovisual en el seno de los países miembros y la necesidad de: 1) desarrollar una *política coherente para la armonización del sector* en los diferentes países -sobre todo en lo que se refiere a la publicidad, la protección de la juventud, el derecho de respuesta y los derechos de autor-; y 2) el proponer una *política comunitaria común* capaz de superar las dificultades nacionales existentes en cada país y responder conjuntamente a los grandes retos económicos y culturales involucrados en el sector audiovisual.

Dos años más tarde, en 1986, los contenidos del informe se transformaron en una propuesta de *directiva comunitaria* (ley para los estados miembros) en la que se definieron los aspectos centrales de la Unión en el campo de la política audiovisual.

La directiva proponía, en primer lugar, la planificación de una *política tecnológico-industrial* para los equipos audiovisuales e invitaba a la adopción de normas técnicas comunes, en especial en la promoción de una *norma para el desarrollo de la televisión de alta definición* y su estandarización a nivel mundial.

En segundo lugar, establecía un programa de *política económica-industrial* con el propósito de generar

el espacio audiovisual europeo, por medio de la libertad para la libre retransmisión de cualquier emisión de televisión y su libre recepción sin ningún tipo de trabas. Hasta ese momento el mercado europeo del audiovisual se encontraba muy fragmentado por las normativas nacionales y las obras europeas circulaban muy difícilmente entre los diferentes países (menos de un 8 por ciento de la producción europea era difundida en la región).

Por último, la directiva sentaba las bases para el desarrollo de una industria de programas audiovisuales europeos -transformadas después en el Programa MEDIA (*Medidas para impulsar y desarrollar una industria audiovisual europea*)-, capaz de responder al reto político y cultural de promover la distribución de las obras audiovisuales europeas en el seno de la comunidad, frente a las posiciones dominantes que ocupaban y ocupan los Estados Unidos y el Japón tanto en el mercado europeo como en el mundial.

En esta primera fase la política europea se centra en dos objetivos mayores:

1.- Por un lado, en la consideración de los aspectos vinculados con la *dimensión tecnológica, industrial y económica de la comunicación*, objetivos en el sector audiovisual, campo que aglutina tanto los medios tradicionales como el cine, la televisión y el vídeo como las infraestructuras introducidas por la nueva tecnología (satélites, cable y nuevas redes portadoras).

El interés europeo se focaliza sobre todo en fomentar y desarrollar este gran sector económico e industrial, por otra parte tan estratégico y sensible en la nueva economía mundializada de los años ochenta. Datos de 1993, establecidos por el Consejo de Europa, evaluaban en 10 billones de pesetas la actividad económica del audiovisual europeo.

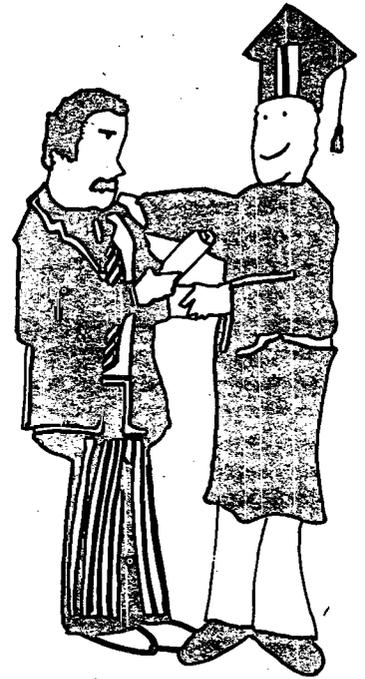
En efecto la economía del audiovisual se ha convertido en pocos años en uno de los sectores de mayor proyección e importancia para cualquier economía avanzada. La televisión, como medio de multirreceptor, constituye el elemento básico para toda una serie de redes de comunicación -las herzianas, las de cable y las de satélite-, aglutinando una actividad económica que des-

borda por completo los marcos geográficos tradicionales. Los objetivos europeos se han centrado en construir una industria europea competitiva frente a la concurrencia de norteamericanos y japoneses. De las 130.000 horas de programas difundidos en Europa a mediados de los 80, solo 25.000 horas eran producciones europeas. La mitad de los programas importados eran norteamericanos y el 60 por ciento del cine distribuido en Europa era estadounidense.

Por lo que se refiere a la política industrial en la puesta a punto de una tecnología para el desarrollo de la televisión de alta definición (TVAD), la comisión hizo aprobar, en 1986, una directiva que comprometía a todos los Estados miembros en la aceptación de un estándar de alta definición denominado *MAC-Paquets*, que ha sido capaz de bloquear la adopción mundial por parte del Comité Consultivo Internacional para las Radiocomunicaciones (CCIR) de la norma japonesa MUSE, mucho más avanzada en su proceso de desarrollo tecnológico. La adopción de la norma japonesa hubiera significado, en términos de política industrial, un fracaso para los intereses europeos, puesto que toda la cadena de producción audiovisual depende del tipo de norma adoptado.

2.- En segundo lugar, en la consideración de los aspectos asociados a la *dimensión política y cultural de la comunicación*. Para la Comunidad Europea, el interés por actuar en materia de comunicación debe entenderse como una voluntad política explícita por superar el viejo marco de problemas existentes en el conjunto de las naciones europeas, muy fragmentado por diferentes intereses tradicionales, políticos, culturales y lingüísticos. Por ejemplo, la directiva sobre la televisión sin fronteras es el primer instrumento político que permite suprimir el régimen de monopolio que durante más de 40 años había estado vigente en Europa y había estructurado la totalidad de los sistemas de radiodifusión europeos.

La intervención en materia de comunicación abre las expectativas para la redefinición de una gran proyecto cultural europeo, que se concreta después de 1992, fecha en que se le conceden las competencias culturales a la Unión. Desde un punto de



vista político, el proyecto cultural común para los quince permite reforzar la cohesión que induce la integración económica, por medio de la expresión de la diversidad cultural que expresan las diferentes culturas nacionales europeas. Sin embargo, hasta el momento, la europeización de la cultura del viejo continente se ha identificado más por su oposición a las amenazas de americanización de las industrias culturales europeas o a las denuncias de japonización tecnológica, que a la consecución de una específica *identificación colectiva europea*. El establecimiento de una *política cultural común* es un reto mayor por alcanzar todavía en el proyecto federal europeo.

Además de la directiva comentada para el establecimiento de una norma común en el espacio europeo en la televisión de alta definición y de la directiva para la armonización del mercado de la televisión, la Unión Europea ha intervenido de manera decisiva en la definición de un *Programa de ayuda para la promoción de la industria de obras para el cine y la televisión* (Programa MEDIA), a través de un amplio conjunto de iniciativas que puedan complementar los objetivos definidos por las políticas tecnológicas y económicas ya mencionadas.

El Programa MEDIA fue creado por la D.G. XII -que es el departamento encargado de los temas más específicamente comunicativos y culturales-, en 1977, a propuesta del

Parlamento y la Comisión de las Comunidades Europeas. Primero funcionó experimentalmente, entre 1988 y 1990, y más adelante, entre 1990 y 1995, con carácter plurianual. A la primera fase se le conoce con el nombre de MEDIA 92 y a la segunda como MEDIA 95. En la actualidad, el Programa se encuentra en una tercera fase, en la que se están redefiniendo los objetivos iniciales.

El programa fue creado para atender las necesidades de ayuda para el fomento del sector de la producción, la distribución y la financiación de los programas de cine y televisión en Europa. El objetivo del programa era la creación de amplias redes para la colaboración en proyectos europeos, fomentados por un capital financiero compartido al 50 por ciento, en los costes iniciales, que permitieron la atracción de fuentes financieras complementadas. Capitales provenientes de fondos públicos europeos, organizaciones profesionales, empresas privadas y sponsors han contribuido a crear de esta forma un número importante de actuaciones europeas. A finales de 1990, los fondos comprometidos en el programa MEDIA ascendían a unos 11 millones de ECUS y habían generado unas actividades en el sector audiovisual por un valor superior a los 300 millones de ECUS.

La Comisión estableció tres objetivos mayores para el programa MEDIA:

1.- *Unificar los mercados nacionales y crear sinergías transfronterizas* que permitan a los operadores reforzar su posición gracias a las economías de escala.

2.- *Contribuir a la reestructuración de la industria audiovisual*, dando prioridad a las pequeñas y medianas empresas y abarcando todos los del campo audiovisual, ya que estos son interdependientes.

3.- *Respetar las sensibilidades e identidades nacionales y evitar la uniformidad cultural*, teniendo en cuenta los intereses de los Estados más pequeños y las lenguas menos extendidas.

El Programa Media se basa en la estrecha colaboración con los profesionales de la industria audiovisual (cine, televisión, vídeo, satélites y cable) y su acción se sitúa a lo largo de toda la fase de producción y a lo largo de la cadena industrial gene-

rada, sin intervenir en la financiación directa de obras concretas. Por norma general, las ayudas financieras que concede son anticipos sobre taquilla, reembolsables posteriormente. Las cantidades devueltas se integran de nuevo en el fondo y se reinvierten. En su fase más avanzada, el programa incluía casi veinte ámbitos de actuación y financiación divididos en seis campos principales: *la formación de profesionales, la mejora de las condiciones de producción, la distribución, la explotación y financiación y el desarrollo de segundos mercados* (archivos, reposiciones, etc.). Los fondos presupuestados para el período 1991-1995 han sido de 200 millones de ECUS. El programa MEDIA no ha estado limitado a los 15 miembros que componen la Unión Europea sino que se ha abierto a los países de Europa Central y Oriental. Más de dos mil sociedades y organizaciones, principalmente pequeñas y medianas empresas, han participado en el período 1988-1995.

Entre las principales iniciativas impulsadas por el Programa Media se encuentran: *la Oficina Europea de Distribución de Películas (EFDO)*, con base en Hamburgo; *el Espacio de Vídeo Europeo (EVE)*, coordinado por la Mediateca de Bélgica y el Instituto Irlandés del Film; *el Fondo Europeo para el desarrollo del Multilingüismo Audiovisual (BABEL)*, establecido en Suiza; *la Asociación Europea para el Mercado Audiovisual independiente (EURO-AIM)*; *el Club de Inversiones Media (MIC)*, una colaboración del INA francés y las grandes empresas europeas; *la Asociación Europea de Dibujos Animados (CARTOON)*; *la Media Business School (MBS)*, establecida en Madrid con la Ayuda del Instituto Español de Cine y de las Artes Audiovisuales, *el Programa SCRIPT*, de ayuda a la elaboración de guiones, etc.

Después de la firma del tratado de la Unión, en 1992, la Comisión Europea ha orientado su preocupación política a armonizar las situaciones monopolísticas y de dominio existentes en el sector de los medios europeos. El *Informe sobre Pluralismo y concentración de los medios en el mercado interior* (libro verde, de diciembre de 1992) constituye un borrador de trabajo en curso y muy controvertido, pues introduce la nece-

sidad de crear a nivel europeo una institución independiente encargada de armonizar las políticas nacionales en favor del pluralismo en los medios, desfavorecido por la tendencia internacional hacia la convergencia y la concentración multimedia.

La última preocupación en política de comunicación en la Unión Europea la constituye la reflexión en torno a la sociedad de la información y la liberalización del sector de las telecomunicaciones, estructurado en Europa mayoritariamente en monopolios públicos. El reciente *Informe Bangemann, sobre Europa y la sociedad global de la información*, presentado en 1994, por un grupo de políticos y empresarios europeos, insta a la Unión Europea a establecer un planteamiento reglamentario que favorezca en toda Europa la aparición de nuevos sectores dinamizadores de la economía y del establecimiento de un mercado competitivo para los servicios de información, en la línea de la ortodoxia liberal internacionalizada.

## LAS POLÍTICAS DEL CONSEJO DE EUROPA

Paralela y en ocasiones en confluencia con las intervenciones de la Unión en materia de políticas de comunicación, el Consejo de Europa ha elaborado diversas medidas en el campo del audiovisual y de los medios de comunicación por medio de un Comité Director para los Medios de Comunicación de Masas (CD-MM). El Consejo de Europa es un organismo geográficamente con un

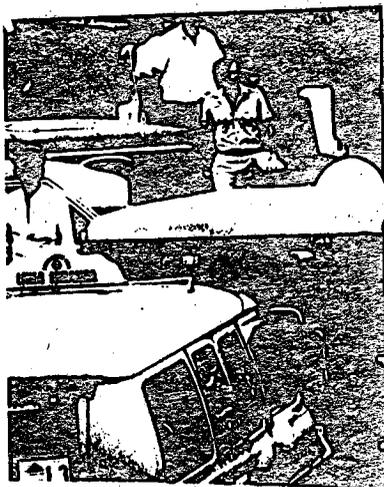


campo de acción más amplio que la Unión, que alcanza una treintena de países europeos, pero tiene un menor peso coercitivo en la aplicación y seguimiento de las políticas de comunicación que desarrolla. El cuadro reglamentado que elabora se transforma en una acción denominada *convención* a la que se adhieren voluntariamente los países miembros.

El fundamento de la actividad política del Consejo de Europa se basa en que esta institución es depositaria de la *Convención europea de los derechos del hombre*, cuyo artículo 10 concierne a la libertad de expresión y a la libre circulación de ideas, y a la *Convención cultural europea*.

Después de haber formulado durante la primera parte de los años ochenta diversas recomendaciones sin poder ejecutivo, el Consejo de Europa se dedicó, a partir de la Conferencia Ministerial Europea sobre la Comunicación de Masas, realizada en Viena, en diciembre de 1986, a la elaboración de una *Convención europea sobre la televisión transfronteriza*, de ambición similar a la promulgada por la Unión Europea, y que fue adoptada por el Consejo de Ministros Europeo, en mayo de 1989. Desde esa fecha, los diferentes estados miembros del Consejo de Europa han ido rectificando a través de los parlamentos nacionales dicha convención.

La segunda iniciativa política significativa tomada por el Consejo en materia audiovisual ha sido la creación, en 1989, de un *Fondo Europeo de Ayuda a la Coproducción* y



la *Difusión de Obras de Creación Cinematográficas y Audiovisuales* (EUROIMAGES), de acuerdo con el planteamiento de la *Convención cultural europea*, establecido en Estrasburgo. Al igual que el Programa MEDIA el objetivo de EUROIMAGES es fomentar la coproducción y distribución de programas por medio de ayudas financieras parciales o bien contribuyendo a los costos del doblaje y subtitulación de los programas europeos.

De forma similar al Programa MEDIA, EUROIMAGES abrió sus fondos a los países del Centro y Este de Europa antes de que estos formaran parte de la organización.

La elaboración paralela de políticas europeas de comunicación por parte de la Unión Europea y el Consejo de Europa ha generado un doble régimen jurídico europeo. Por un lado, la Unión ha creado diversas *directivas* proteccionistas inspiradas hasta el momento por consideraciones fundamentalmente de tipo económico e industrial (la libre circulación de servicios y la promoción de las producciones europeas y su difusión mayoritariamente a través de cuotas exigidas en la programación de las Cadenas de televisión, al menos en un 50 por ciento). Por otro, el Consejo de Europa ha creado *convenciones*, inspiradas esencialmente por consideraciones de derecho público y cultural (libre circulación de programas y promoción de obras culturales europeas). En general, las políticas de ambas instituciones son convergentes en numerosas disposiciones y contribuyen a la *cristalización en el espacio europeo de una política audiovisual cohesionada*. Ambas instituciones fomentan la política de cuotas en las emisiones de televisión -discutida por la asociación de televisiones privadas y el *lobby* publicitario europeo de la publicidad, entre otros-; la reglamentación de los contenidos y del tiempo publicitario (del 15 al 20 por ciento del tiempo de emisión en televisión); el derecho de respuesta; la protección de la infancia y la juventud; la limitación a la interrupción publicitaria de emisiones, etc.

## LAS INICIATIVAS DE LA UNIÓN EUROPEA DE RADIODIFUSIÓN (UER) Y DE LA ORGANIZACIÓN EUROPEA DE SATÉLITES DE TELECOMUNICACIÓN (EUTELSAT)

Junto a las dos instituciones mayores mencionadas en la toma de iniciativas políticas en comunicación en Europa, es necesario señalar el papel desarrollado por otras dos organizaciones la UER y EUTELSAT, complementario de las anteriores.

La UER fue fundada en 1950 y es un organismo internacional no gubernamental que agrupa a los servicios de radiodifusión de Europa con el objetivo de coordinar sus actividades en el plano técnico, jurídico y de programación, en colaboración con diversos países y asociaciones de radiodifusión extra europeos. Tiene sede administrativa en Ginebra y dispone de un centro técnico en Bruselas. A través de cuatro comisiones -la de programas de radio, la de programas de televisión, la comisión jurídica y la comisión técnica- ha venido desarrollando sus actividades por más de cuarenta años en el espacio geográfico europeo. La más conocida de entre ellas consiste en el intercambio diario de noticias de actualidad entre sus miembros. El papel de la UER en la radiodifusión europea ha sido muy importante. Hasta fechas muy recientes detentaba prácticamente en exclusiva los derechos sobre todas las grandes retransmisiones deportivas y los grandes acontecimientos políticos y culturales europeos.

En 1987, en el contexto de las emergentes políticas de la Unión Europea y del Consejo de Europa, el Consejo de Administración de la UER solicitó a la Comisión de Programas de televisión un estudio de viabilidad para el lanzamiento de una cadena europea de información de actualidad en continuo. A este proyecto se le denomina *Euronews* y nace como una muestra más de la política europea de medios.

Así, dos años después, en 1989, el Consejo de Administración aprueba el *Informe elaborado por el Grupo Euronews*, como una acción de gran importancia y con un gran significado en la constitución del espacio audiovisual europeo. Posteriormente esta

iniciativa se integrará en el horizonte de objetivos diseñados por el Programa Eureka Audiovisual. Y, finalmente, dos años más tarde, recibe el respaldo del Parlamento Europeo y empieza a funcionar en enero de 1993, desde las cercanías de Lyon, en Francia.

El canal de información en continuo *Euronews* es quizás, aunque fallido, una de las mejores iniciativas europeas para fomentar una autonomía audiovisual en la actualidad informativa.

Se fundamenta en los recursos no explotados de información de que dispone la televisión pública europea. Sólo una mínima parte de las noticias que se emiten en los diferentes espacios nacionales europeos alcanza a ser difundida en el conjunto europeo (menos del 10 por ciento de las noticias).

Como la UER gestiona todo el intercambio de noticias de Europa, es fácil y factible tecnológicamente desviar vía satélite todas las noticias de que dispone la televisión europea a un nuevo centro en el que se puedan tratar en continuo, es decir 24 horas al día y en diferentes formatos y bloques.

Pensado y diseñado como un canal público de derecho privado con vocación y responsabilidades de servicio público, *Euronews* ha sido financiado en una primera etapa por las grandes empresas de radiodifusión europeas (France Television, Radio-Televisión Española, la RAI italiana y en menor medida por las radiotelevisión públicas de Mónaco, Bélgica, Grecia, Finlandia, Portugal y Suiza). Sus inversiones iniciales fueron de 25 millones de ECUS.

Gracias a la nueva tecnología (los archivos automatizados, el tratamiento electrónico de la información audiovisual, la postproducción digital, la difusión multicanal de emisiones, etc.) la información se emite por satélite, vía herziana y cable a una audiencia de 10 millones de hogares, en los cinco grandes idiomas europeos y de forma sincrónica a través de cinco diferentes bandas de sonido (alemán, inglés, francés, italiano y español; a estos se ha estudiado añadir el ruso y el árabe).

La experiencia de *Euronews* define como ninguna otra la nueva realidad comunicativa de los macroespacios y como la tecnología per-

mite una articulación flexible y enriquecedora de las dinámicas informativas y culturales entre los nuevos espacios locales, nacionales, regionales y mundiales.

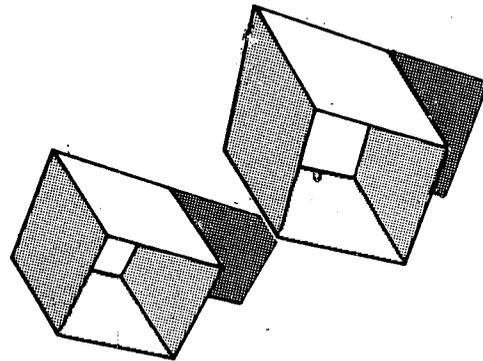
En sus tres años de funcionamiento *Euronews* ha realizado una política informativa independiente y ha difundido noticias producidas de forma descentralizada por los canales públicos de toda la Europa occidental, contribuyendo de forma muy efectiva a la creación de una nueva visión sobre las identidades informativas y culturales europeas (con más de 7300 horas de emisiones en su primer año y unas 7300 noticias emitidas, de ellas 40 por ciento de temas europeos; 2300 *magazines*, 43 retransmisiones en directo, de las cuales 22 estaban dedicadas a la política institucional europea). A título de ejemplo, en 1993, se trataron y difundieron 350 noticias con tema español en Europa. Nunca como a través de *Euronews* la *visión del otro* europeo ha estado tan presente en la sociedad europea.

Por último, señalaremos brevemente otro actor menor de la política europea. Lo constituye el consorcio europeo Eutelsat que integra a las 26 administraciones de Correos y Telecomunicaciones europeas, miembros de la Conferencia Europea de las Administraciones de Correos y Telecomunicaciones (CEPT). Eutelsat elabora, de acuerdo con la Comisión Europea, la planificación del espacio para los satélites de telecomunicación. El año pasado lanzó el satélite *Hot Bird I* al que le seguirá este año el *Hot Bird II*, para la difusión digital en Europa.

El papel de Eutelsat ha venido siendo limitado por la emergencia de las empresas de satélites privadas, como el caso del consorcio Astra, que ha adquirido el liderazgo europeo en la emisión directa de señales de televisión.

## CONSIDERACIONES FINALES

Las políticas públicas de comunicación en Europa presentan un continuo variado de problemáticas no faltar de abundantes claroscuros. A menudo han sido criticadas por abandonar los objetivos creativos y culturales a la dinámica del mercado y a una estrategia errónea que favorece la creación de grandes grupos

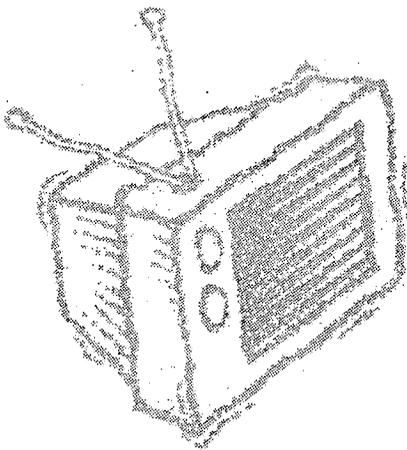


multimedia de ámbito europeo, con el peligro de que se conviertan en sí mismos en poderes políticos reales que amenazan el pluralismo político y en los propios medios (como el caso de Berlusconi, en Italia, y el de Conde, en España); y por crear casi tantos problemas como aparentemente solucionan (como en el caso de la liberalización audiovisual que ha favorecido la tendencia a la compra de productos norteamericanos y a la comercialización del sector audiovisual europeo).

Por otra parte, se ha señalado que para potenciar la frágil identidad de la cultura europea se ha recurrido a una simplificación del poder de la cultura americana, lo que por otra parte ha favorecido la toma de posiciones políticas proteccionistas en el espacio europeo.

Por encima de estas críticas reales, lo que ha puesto de manifiesto la reflexión sobre las políticas públicas en Europa ha sido la interconexión de los desafíos económicos, industriales y culturales de este sector en el seno de la comunidad, la comprensión de esta realidad ha pasado a ser considerada prioritaria en la agenda política de la sociedad europea. Los intereses económicos del sector audiovisual son muy importantes, un informe del comisario europeo J-P. Vasconcelos, de 1994, señalaba que el superávit norteamericano en el sector audiovisual ascendía a 3.400 millones de dólares y que la demanda europea, debido al incremento de canales, se duplicará antes de finales de siglo. Se estima en dos millones los puestos de trabajo que pueden ser creados por el sector audiovisual en una década.

Aún considerando todas las observaciones críticas pertinentes, las acciones europeas en el audiovisual



se han orientado muy acertadamente a la búsqueda de una acción concertada en el triple campo de la tecnología del audiovisual, en la reglamentación y la armonización del sector y la dinamización y estímulo del mercado de la programación. Sin duda, es difícil traducir en iniciativas coherentes las posiciones políticas ambivalentes de los diferentes Estados que integran la Unión. Las fuerzas centrífugas liberadas por el mercado resultan en ocasiones más determinantes que los objetivos generales que orientan la política de comunicación comunitaria.

Durante la última década, muy a menudo los acontecimientos han superado las expectativas y de las diversas iniciativas comunitarias en comunicación están emergiendo los problemas de la agenda política de mañana: la potenciación de la diversidad cultural europea como valor en sí mismo, el mantenimiento del pluralismo empresarial e informativo como garantía de la profundización de la democracia, el equilibrio entre la calidad de la producción y la concurrencia del mercado; la búsqueda de instituciones independientes supranacionales que arbitren los nuevos problemas planteados por el desarrollo de los medios de comunicación en el espacio europeo o la transformación de la sociedad europea en una sociedad postindustrial o de la información.

## BIBLIOGRAFÍA

- Barzanti, R. (1990). "La culture, parametre vital de la 'société européenne'". En *Coherence in diversity: the challenge for European Television*, European Institute for the Media, Manchester.
- Burgess, A. (1990). "European culture: does it exist? European Broadcasting". En *European Broadcasting Union Review*

, Vol. XLI, N° 2, p. 17-21.

- Collins, R. (1992). *Broadcasting and Audiovisual Policy in the European Market*, John Libley, Londres.
- Charon, J.M. (Dir.) (1991). *L'Etat des medias*, La Decouverte, París.
- COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS:
  - 1984a *Towards a European television policy*, European File 19/84. Comisión de las Comunidades Europeas, Bruselas.
  - 1984a *Televisión sin fronteras* COM (84) 300 final, Oficina de Publicaciones Oficiales, Luxemburgo.
  - 1986a "The Community's broadcasting Policy". En *Bulletin of the European Communities*, N° 5, Oficina de Publicaciones Oficiales, Luxemburgo.
  - 1986b "Proposal for a Directive on common technical specifications of the MAC/packet family of standards for direct satellite television broadcasting". (COM 86 1 final 22.1.1986), Oficina de Publicaciones Oficiales, Luxemburgo.
  - 1986c *The MEDIA programme*. Comisión de las Comunidades Europeas, Bruselas.
  - 1988 "Green Paper on copyright and the challenge of technology". COM (88) 172 final July, Oficina de Publicaciones Oficiales, Luxemburgo.
  - 1990a "Communication by the Commission to the Council and to the European Parliament on audio-visual policy". COM (90) 78, 21/2/1990.
  - 1990b *La política de la comunidad europea para la industria audiovisual*. Recopilación de textos legislativos y políticos, Oficina de Publicaciones Oficiales, Luxemburgo.
  - 1990c "Green paper on a common approach in the field of satellite communications in the European Community". COM (90) 490 final, Oficina de Publicaciones Oficiales, Luxemburgo.
  - 1991a "Proposal for a Council directive on the coordination of certain rules concerning copyright and neighbouring rights applicable to satellite broadcasting and cable retransmission". COM (91) 276 final, Oficina de Publicaciones Oficiales, Luxemburgo.
  - 1991b "Communication to Parliament and the Council on encouraging audio visual production in the context of the strategy for high definition television". SEC (91) 1470 final, Comisión de las Comunidades Europeas, Bruselas.
  - 1992a *La política audiovisual de la Comunidad Europea*. Oficina de Publicaciones Oficiales, Luxemburgo.
  - 1992b "Pluralism and media concentration in the internal market". COM (92) 480 final, Oficina de Publicaciones Oficiales, Luxemburgo.
  - 1992c *MEDIA guide for the audiovisual industry*. Edition 7, Comisión de las Comunidades Europeas, Bruselas.
  - 1993 *Crecimiento, competitividad, empleo. Retos y pistas para entrar en el siglo XXI*, Oficina de Publicaciones Oficiales, Luxemburgo.
  - 1994 *Opciones estratégicas para reforzar la industria de programas en el contexto de la Política Audiovisual de la Unión Europea*, Oficina de Publicaciones Oficiales, Luxemburgo.
- CONSEJO DE EUROPA
  - 1988 "Setting up a European support fund for the co-production and distribution of creative cinematographic and audiovisual works (Eurimages)", Consejo de Europa, Estrasburgo.
  - 1989 "European Convention on trans-frontier television", 5.5.89, Consejo de Europa, Estrasburgo.
  - 1990 «Explanatory report on the European Convention on transfrontier television», Consejo de Europa, Estrasburgo.
  - 1991 "Council of Europe activities in the media field", Consejo de Europa, Estrasburgo.
  - Dibie, J-N. (1993). *Aid for Cinematographic and Audiovisual Production in Europe*. John Libley, Londres.
  - Eurimages (1991). *Eurimages in brief*, EUR/INF 90 1-9, Eurimages, Estrasburgo.
  - Galtung, J. (1995). *Investigaciones teóricas. Sociedad y cultura contemporáneas*. Ed. Tecnos, Madrid.
  - González Martín, P. (1995). *Euronews*, Ed. Icaria, Barcelona.
  - King, A. (Ed.) (1991). *Culture, Globalization and the World-System*. MacMillan, Londres.
  - Lange A. y Renaud, J-L. (1988). *L'avenir de l'industrie audiovisuelle européenne*. Institute Européen de la Communication, Manchester.
  - Maggiore, M. (1990). *Audiovisual production in the single market*. Comisión de las Comunidades Europeas, Luxemburgo.
  - Murciano, M. (1992). *Estructura y dinámica de la comunicación internacional*. Ed. Bosch, Barcelona.
  - Murciano, M. (1993). "La comunicación en el nou espai europeu". En revista *Anàlisi*, N° 14, p. 107-247.
  - Murciano, M. (1994). "Log global y lo local en las estructuras de comunicación internacional". En revista *Telos*, N° 37, p. 27-32.
  - OBSERVATORIO EUROPEO DEL AUDIOVISUAL
    - 1995 *Anuario estadístico*, Consejo de Europa, Estrasburgo.
    - Sánchez Taberner, A. (Dir.) (1993). *Concentración de la comunicación en Europa*. Centre d'Investigació de la Comunicació, Barcelona.
    - Sfez, L. (Dir.) (1993). *Dictionnaire critique de la communication*. PUF, París (vol. 2).
    - Siune K. y Truetzschler (1992). *Dynamics of Media Politics Broadcast and Electronic Media in Western Europe*. Sage, Londres.
    - Type, M. (1990). "Facing the future with confidence. The EBU celebrates 40 years of achievement". *European Broadcasting Union Review*, Vol. XLI, N° 2, p. 12-15.
    - Unimedia (1989). *Guide de l'audiovisuel Européen*. Unimedia, Bruselas.
    - Van Hamel, A. et al. (1996). *Trading Culture: GATT, European Cultural Policies and the Transnational Market*. Boekman Foundation, Amsterdam.
    - Vandersanden, G. (Ed.) (1991). *L'espace audiovisuel européen*. Institut d'Etudes Européennes, Bruselas.
    - Wangermée, R. (1989). "What rules for transfrontier television?", *Media Bulletin*, Vol. 6, N° 2, p. 1-2.
    - Waters, M. (1995). *Globalization*. Routledge, Londres.

Conversaciones con Umberto Eco

## A tres décadas de Apocalípticos e Integrados

Lucrecia Escudero Chauvel



Fotografía: Easo Alvarez

Corría el año de 1973. En nuestro país, y en el mundo de la comunicación social y su reflexión teórica, estábamos empapados de los estudios de Frankfurt (especialmente los trabajos de T.W. Adorno, M. Horkheimer y H. Marcuse) y de sus "versiones" latinoamericanas, valga decir, los trabajos de Antonio Pasquali y Ludovico Silva. Era una sola voz la que se escuchaba en los predios académicos, eran los planteamientos de la llamada "teoría crítica" aplicados al concepto/realidad de las Industrias Culturales.

Pero de pronto irrumpe un texto que empieza por decirnos en su introducción que "el empleo indiscriminado de un concepto fetiche como el de 'industria cultural' implica, en el fondo, la incapacidad misma de aceptar estos acontecimientos históricos, y —con ellos— la perspectiva de una humanidad capaz de operar sobre la historia".

¿Qué pensar? No le hicimos mucho aprecio, quizás porque ponía a prueba el pensamiento ya establecido sobre la "cultura de masas". Pero el libro *Apocalípticos e integrados ante la cultura de masas* (1964 en la edición italiana) llegaba para quedarse y hoy cumple treinta años de su presentación.

Creemos que hay que volver a leerlo, por aquello de extraer lecciones para el presente.

Sirva esta entrada de la redacción para ofrecerle a nuestros lectores una conversación con Umberto Eco y realizada por Lucrecia Escudero. La autora nos ofrece igualmente una reflexión sobre los "estudios culturales en la década de los años sesenta" y que tuvieron por inspiración este texto de Umberto Eco.

**P.** Si tuviera que hacer un recorrido de tu interés sobre los medios y lo que ahora se llaman los *cultural studies* lo comenzaría sin duda con *Apocalípticos e integrados ante la cultura de masas*, que aparece en 1964 en Italia y es traducido al español en 1968. En realidad has sido uno de los primeros intelectuales europeos que se ocuparon de estos temas en los años sesenta.

**R.** Cuando en 1964 publiqué *Apocalípticos e integrados* eran estudios que había comenzado a principios de los años 60: ya figuraba el ensayo sobre Steve Canyon o el dedicado a Superman, que originariamente era de 1962; en los años siguientes continué trabajando en estos temas, como por ejemplo el texto sobre James Bond o Eugene Sue que se encuentran en *Il Supernomo di massa* de 1978, en la versión inglesa de *The role of the reader* de 1979 y finalmente en la traducción española *El Superhombre de masas* de 1995.

Cuando entro definitivamente en los estudios semióticos no abandono estos temas, con estudios dedicados a las radios libres, a la televisión, a los comics chinos, al filme *Ginger & Fred* o al fenómeno de la Cicciolina como diputado. Un recorrido para los lectores en español puede ir desde *Apocalípticos e integrados* hasta *El Superhombre de masas*.

**P.** Tengo la impresión de que ya en *Apocalípticos* habías diseñado un programa de investigación sobre los medios, un programa donde afirmabas que los medios pueden ser estudiados seriamente y que esta operación intelectual debe desarrollarse con instrumentos críticos adecuados que van desde la sociología hasta la

antropología, pasando por la semiótica, que entonces estaba comenzando.

R. En *Apocalípticos* están los dos primeros intentos semiológicos: el ensayo sobre el mal gusto, que utiliza los instrumentos estructuralistas de Roman Jakobson y el análisis de Steve Canyon. Luego inicio la estación semiótica, de la cual el *Tratado de Semiótica General*, publicado en España en 1977, es un ejemplo.

P. ¿Por qué en esa época relacionabas a la semiótica con los estudios sobre la comunicación de masas?

R. En realidad es al revés. Comencé a interesarme por los medios y para ello me servía un instrumento de análisis que se reveló ser la semiótica. Por otra parte, siendo yo una personalidad esquizofrénica que estudiaba a Joyce y a la poética de la obra abierta -y no es por casualidad que ya en *Obra Abierta* hablo de la televisión-, pero al mismo tiempo a las comunicaciones de masas, la semiótica me pareció un elemento unificador. Fíjate que *Apocalípticos* sale publicado en 1964, al mismo tiempo que el número cuatro de *Communications*; es el comienzo de todo un discurso que tiene a la semiótica como instrumento.

P. Cuando escribías estos ensayos ya habías leído el Edgard Morin de *Le sprit du temps* de 1962 y crue citas en *Apocalípticos*, pero no sé si habías leído las *Mythologies* de Roland Barthes, que es de 1957. Morin y Barthes son sin duda los primeros en ocuparse en Francia de temas que estaban próximos a tus preocupaciones.

R. Había leído a Morin y quería publicarlo en Dompiani, pero en realidad yo estaba inspirado por los estudios de los americanos que habían trabajado sobre la *mass cultura*, como por ejemplo Bernard Rosenberg y David Manning White, que publicaban *Mass Culture*; Dwight MacDonald, que trabajaba sobre la *Masscult* y la *Midcult*, Stephen Becker, que estudiaba el *cómic art*, o Lyle Shannon, que analizaba las tiras de Little Orphan Annie en la publicación *The Funnies*, todos autores de la década de los sesenta. Y, por supuesto, Marshal McLuhan.

P. Un tema que siempre me ha impresionado en *Apocalípticos* es que tú ya propones un primer modelo de lectura de los medios, un primer lector modelo de la cultura de masas, argumento que luego desarrollarás

complejamente en *Lector in Fabala*, que aparece en España en 1981. Esta idea supone que siempre hay un espectador o un lector inscrito en el interior de los medios.

R. Sí, empecé a desarrollar esta idea del lector en 1962 con *Obra Abierta*; en realidad en 1958, cuando empiezo a escribir los primeros ensayos, ya se prefiguraba lo que sería luego el tema de la "recepción estética". Y, en efecto, Jauss y la Escuela de Constanza han reconocido que, en el fondo, ya en *Obra Abierta* se disonaban los problemas de la recepción estética.

## DEL OPTIMISMO AL DESENCANTO

P. Tenías una visión optimista o más bien *iluminista* sobre los medios: los medios pueden educar a los pueblos. Después, en diferentes discusiones que has tenido con Paolo Fabbri, has dicho que la televisión en la Italia de los años cincuenta y sesenta ha cumplido esta función: un rol de unificación de la cultura media de los italianos, contribuyendo a crear una especie de *lengua estándar* frente a la cultura regional y dialectal de la Italia de la posguerra.

R. Sí, es la teoría de Tullio di Mauro, que la demuestra en su *Storia Linguistica dell'Italia unita*.

P. Y luego llega el desencanto sobre el rol de los medios y tú comienzas a expresarlo en tu rubrica *La Bustina di Minerva*, de la revista *L'Espresso*.

R. Es la objeción que me hace Ferroni cuando dice que Eco ha sido el responsable de inducir la esperanza en los medios, ahora Eco los ataca y afirma que se trata de *Trash TV*, ¡pero ya es demasiado tarde! Sin embargo, si yo tuviera que empezar de nuevo, haría lo mismo. Y tan es así que hoy, entre los que dicen que Internet es la nueva racionalidad, la nueva comunicación, la nueva posibilidad de contacto con todo el mundo y los que dicen que Internet es un riesgo porque será comunicación virtual y no estaremos más en relación con nadie porque no se sabe quién habla, de nuevo tengo una tercera posición: es posible un uso crítico y democrático de Internet. Si luego la cosa toma un color diferente, no es porque yo me haya equivocado, ¡sino porque ellos han fallado! Entonces, en lo que respecta a la posición entre *Apocalípticos* e integrados, no es

que los medios son la vergüenza del mundo, sino que es posible un uso de los medios. Como hipótesis ha fallado parcialmente, es decir, esto era posible en los años cincuenta y sesenta, luego la televisión se volvió potente y competitiva y ahora tenemos la *Trash TV*, pero mi intención no estaba equivocada.

P. Cuando se publica *Apocalípticos* el horizonte intelectual del que se recorta es la Escuela de Frankfurt y su crítica a los medios.

R. Esos eran los enemigos...

P. Y tú tomas una posición combativa al respecto...

R. En la última edición italiana de *Apocalípticos* escribí un prólogo donde digo que entre tanto hablan aparecido Marcuse y McLuhan aportando nuevos argumentos a este debate. Pero la pregunta queda sin respuesta. Sí, es verdad, había un cierto optimismo, una posibilidad de que hubiera tantos Channel 13 (la cadena cultural de televisión americana) pero luego la realidad es que el Channel 13 tiene sólo un pequeño margen y ganaron los otros, pero digo que si me encontrara de nuevo en esa época haría el mismo razonamiento.

P. La posición del intelectual que tú dibujabas entonces es la de aquel que puede no solamente entender los medios sino también manipularlos, sea desde el punto de vista crítico, sea desde el punto de vista de su producción. Lo que encuentro extraordinario de tu recorrido es esta nueva visión desencantada que aparece, por ejemplo, en los ensayos de *Sette anni di desiderio* y que resumen un poco tu pensamiento en la década de los ochenta y tu relación con los medios. ¿Dónde se produce el punto de no retorno?

R. Es el artículo sobre la Neotelevisión, donde digo que la televisión cambia de ser ventana al mundo a ser ventana sobre sí misma, pero es la televisión la que cambia, no yo.

P. Veo el deslizamiento de un hombre que parte a observar estos objetos con una mirada optimista y vuelve con una visión crítica no sólo sobre los medios sino sobre los intelectuales en el interior de los medios...

R. Pero es un poco como el chiste de Paolo Fabbri, "En Italia en un momento de los años ochenta dicen que Eco se corrió a la izquierda, no es verdad, él está donde estuvo siempre, son los otros los que se movieron hacia la derecha!", que me

parece una réplica estupenda. Es decir, la televisión podría ser la que yo decía en *Apocalípticos*, pero por diferentes razones ha preferido ser otra cosa. Bien, pero esto no quiere decir que mi propuesta estuviera equivocada, ha sido simplemente derrotada históricamente. La batalla de Waterloo podría haber sido ganada por Napoleón, pero por una serie de incidentes fue ganada por Wellington. Y la historia se reproduce exactamente hoy con Internet, donde de nuevo aparecen los *Apocalípticos* y los integrados. Se puede dar un uso positivo a Internet, pero también podría resultar que no. En la Universidad de Bolonia estamos tratando de meter en Internet a toda la semiótica, y será un uso positivo de Internet. Si después ganan las *hot lines* sexuales, quiere decir que las cosas salieron de otro modo. Una cosa es preguntarse si este medio es usado positivamente y otra es que luego el medio se transforme en otra cosa. El cine podría haber sido solamente películas pornográficas, o como se decía entonces en Italia "una diversión de cuatro pesos", en cambio es un arte.

## EL INTELLECTUAL EN LOS MEDIOS

**P.** Tú trazabas un rol para los intelectuales, que tenían que estar en los medios, pero este intelectual luego no tiene ya el monopolio de la inteligibilidad del mundo contemporáneo, o peor aún, se vuelve una estrella de los medios, se vuelve conocido exclusivamente porque sale en televisión. ¿Cómo funcionas tú?

**R.** Depende de los medios. Considero todavía a los periódicos como un instrumento válido pero no voy a los debates televisivos italianos. Ahora no se puede ya hacer política o cultura en la televisión italiana porque te la deja hacer bajo la forma del insulto, estamos en un territorio completamente polucionado. Y entonces, el intelectual puede decidir que allí las ideas no las discute más, y que en cambio las discutirá en otra sede, en la universidad, en los centros de investigación. Pero cuando la BBC o TeleMontecarlo me hacen entrevistas, las he aceptado con gusto. La mayor crítica que le he hecho al actual periodismo italiano tuvo lugar recientemente en un seminario orga-

nizado por el Senado italiano y mi crítica llegó a todos los diarios. Si la hacía sólo en mi rúbrica del *Espresso* seguramente habría llegado a un público más restringido. Soy un poco como Flavio Massimo, que ataca un poco aquí, un poco allá...

**P.** Un elemento interesante de *Apocalípticos* es la valorización de los objetos que hasta entonces no eran dignos de estudio.

**R.** La polémica de *Apocalípticos* era contra aquellos que decían "no se estudian las cosas de a importancia". Pero la dignidad de una ciencia no viene dada por la dignidad del objeto sino por la dignidad del método. Y sobre esto la batalla ha sido ganada.

**P.** Sí, pero tú luego has cambiado el método.

**R.** No, ¡he cambiado de objeto! No calculas el hecho de que primero escribí *Apocalípticos* y ahora hago *La Bustina di Minerva*; pero en el medio ha habido un gran fenómeno histórico, y es el hecho de que ahora hay legiones de investigadores que hacen muy bien el trabajo que yo hacía en la época de *Apocalípticos*. Que antes, los que nos ocupábamos de estos objetos que daban náuseas a los "cultos" éramos muy pocos y que ahora encuentras investigadores muy serios que aplican métodos rigurosos de análisis a las transmisiones televisivas. Me he retirado no porque estos análisis no se hagan más, sino porque se hacen mejor. Y entonces ahora me he puesto a dar pequeños gritos de alarma al margen, en las crónicas del *Espresso*. Cambié de género literario, no de preocupación.

**P.** Hay una pregunta que te quiero hacer desde hace mucho: ¿por qué trabajas ahora en una interpretación filosófica de la semiótica?

**R.** Es una trayectoria natural, la semiótica, llega a un punto en el que empieza a interrogarse sobre sus propios fundamentos. Es un problema de vocación, porque también hay que calcular esto... los estudios que yo impulsaba en *Apocalípticos* no sirven para cambiar a los medios.

**P.** ¿Los medios no cambian?

**R.** Cambian, pero por razones tecnológicas. Dentro de un tiempo la televisión será obsoleta con respecto a la red y entonces se presentarán otro tipo de problemas.

**P.** ¿El único lugar de la revolución es, entonces, la tecnología?

**R.** De las grandes revoluciones,

sí. Porque la política no ha sido lo suficientemente fuerte para combatir a los medios, y estos se han combatido entre ellos. Se dice que hay demasiada cultura de la imagen y que no se ha hecho nada para restituir una cultura alfabética. No es verdad, ¡ha llegado el ordenador y estamos en plena cultura alfabética!

**P.** Has sido uno de los primeros en individualizar a la serialidad como una característica de la cultura de masas...

**R.** Los análisis más interesantes son "L'innovazione nel seriale" y "Il testo, il pincere, il consumo" que se encuentran en la edición española *De los espejos*, de 1988. Pero ya en los ensayos sobre Superman y Eugene Sue había comenzado a trabajar sobre la serialidad.

**P.** ¿Por qué el título *Apocalípticos e integrados*?

**R.** Había hecho un conjunto de ensayos que se ocupaban de los medios, y este era el título del último artículo. Luego Valentino Bompiani, mi editor, me sugirió que debería ser el título del libro. Entonces escribí el texto más importante de *Apocalípticos*, que es el prefacio que justifica el título. Y tal vez Bompiani tenía razón, porque en el fondo intuyó la gran oposición que existe en efecto entre la posición "apocalíptica" y la "integrada" con respecto a los medios.

**P.** ¿Eres consciente de que este libro ha legitimado el camino a todos los que se interesaban en los problemas del análisis de los medios y en general a los *cultural studies*?

**R.** Sobre todo en los países latinos y en América Latina, menos en los países anglosajones, y no es por casualidad que el libro haya sido traducido al inglés en 1994. Pero los primeros que me invitaron a colaborar son los ingleses, que habían comenzado los *cultural studies* con el grupo de Birmingham. Stuart Hall y otros investigadores eran el núcleo de base de los *cultural studies*, por lo menos en el área anglosajona. Y, en efecto, Hall recogió uno de mis ensayos en su libro sobre los *cultural studies*. Me produce un gran placer que se me pueda leer no sólo como semiólogo o novelista, sino bajo el ángulo de los estudios sobre la cultura de masas, porque he sido uno de los primeros en trabajar estos temas.

## La trayectoria de Umberto Eco

# Los años 60 y los cultural studies\*

### APOCALÍPTICOS: MODERNIZACIÓN DEL DEBATE

Para el lector interesado en el análisis de los medios de comunicación, la participación y la trayectoria de Umberto Eco en la formación de los actualmente llamados "cultural studies" puede sintetizarse en un recorrido programático. Su primer libro, *Opera Aperta* (1962), recoge una nueva formulación de la estética de la vanguardia e incluye sus primeras reflexiones sobre la televisión.<sup>1</sup> *Apocalittici e integrati. Comunicazione di massa e teoria della cultura di massa* (1964)<sup>2</sup> representó un primer intento de sistematización de su reflexión sobre la cultura, el rol del intelectual en los medios y el análisis de ciertos objetos de circulación masiva como los héroes de las tiras cómicas (Superman, Charlie Brown o Steve Canyon), la música popular y la televisión. Cierra esta trilogía *La struttura assente* (1968).<sup>3</sup> Aquí la semiótica se perfila como un instrumento teórico lo suficientemente potente para dar cuenta de forma descriptiva e interpretativa de los procesos culturales de una sociedad —por ejemplo, la producción de una cierta ideología— y donde la totalidad de la cultura puede ser vista como un fenómeno de comunicación.

¿Por qué *Apocalípticos...* operó como un verdadero manifiesto de toda una década que creció en el afianzamiento de la cultura de masas y en la modernidad de la era kennediana?, ¿Por qué ha sido —y es aún hoy— un *cult book* de lectura obligatoria en las escuelas y facultades de comunicación en Europa y en América latina? Podemos avanzar una serie de hipótesis sobre la modernidad de su perspectiva, que se dibujaba simultáneamente a la reflexión de Edgard Morin y el concepto de industria cultural (1962), Marshal McLuhan y los medios fríos y calientes (1962) y a los precursores ensayos de Roland Barthes sobre las mitologías contemporáneas (1957). El libro de Eco y el debate que siguió a su publicación, que lo colocaban en abierta polémica con la escuela de

Frankfurt, permiten conocer un momento fuerte de la vanguardia teórica de los años sesenta en Europa.

Es posible que en Italia *Apocalípticos* haya representado un libro iniciático, en el sentido de iniciación a la lectura de la modernidad. Es posible que en la época en que fue escrito Italia no tuviera una cultura de masas como la que producía los objetos que Eco describía, mayoritariamente americanos. Por cierto, no contaba con la cultura mediática que hoy posee. Y *Apocalípticos* cumple, como los medios, una modernización del debate, no sólo por los autores que cita y la perspectiva que presenta, sino por los objetos que acerca a la comprensión y al interés. Eco hablaba de cosas que pasaban "en otro lado" con un dominio y una fluidez que permitió al lector italiano sentirse partícipe de una modernidad que los medios locales no ofrecían. El mismo Eco narrará la fascinación por el mundo cultural americano y el clima polémico de la Italia de posguerra:

"En julio de 1943 tenía once años. A esa edad uno nunca desempeña un papel protagonista, pero puede ser un buen espectador (...). ¿Qué conocía del resto del mundo? Conocía los Estados Unidos por los cómics y las películas (que estaban permitidas en Italia desde 1942), e Inglaterra a través de las noticias y los comentarios de Radio Londres (...). Para mostrarnos un mundo diferente estaba el cine: por una parte los filmes americanos (tengo que confesar que mi propio mito de los Estados Unidos estaba formado mirando a James Cagney en *Yankee Doodle Dandy*, y que mis ideas sobre la libertad estaban reforzadas mirando *Casablanca* y por la otra, las obras del neorrealismo italiano, desde Roberto Rosellini a Luchino Visconti (...). De 1954 a 1958 también trabajé en los programas culturales de *Televisione di Milano*. Era una cadena pionera, muy primitiva, pero mucho más *culta* que la televisión de hoy. Los 60 fueron inolvidables. Había un *boom* económico; Italia había salido de los sufrimientos de la posguerra. Nuestros contactos con el resto del mundo estaban creciendo rápidamente. Per-

tenecíamos a la generación que había aprendido a volar. El mundo era nuestro gracias a Alitalia y pensábamos que la cultura podía cambiar (...). Tal vez el símbolo más típico del ambiente era la *Triennale* de 1964 en Milán. La e es una exposición que se organiza cada tres años sobre arquitectura y diseño industrial urbano. La de 1964 estaba dedicada al tema del tiempo libre, un sujeto importante para una cultura donde la televisión se volvía dominante y el *boom* del automóvil había producido el *boom* turístico, pero en la cual simultáneamente se leía a los autores de la Escuela de Frankfurt, Teodoro Adorno, Marx Horkheimer, Walter Benjamín o el análisis de la cultura popular de Antonio Gramsci (...). Los 60 fueron extraordinarios porque pensábamos que una revolución de los lenguajes del arte podía transformar el mundo. Y esta convicción hizo caer las fronteras entre los géneros, las palabras, las imágenes y los objetos".<sup>4</sup>

Los titulares con que la prensa celebró la primera edición de *Apocalittici* son elocuentes del asombro que produjo la irrupción de los objetos de la cultura de masas en la arena del debate culto italiano: "Mandrake va la universidad" (*ABC*), "De la Estética a Rita Pavone" (*Paese Será*), "Los comics tienen sangre azul" (*Oggi*), "Pasaporte Cultural para Mandrake y Mickey Mouse" (*Lo specchio*), "Ahora el 'hully gully' también es un mensaje" (*Il giorno*), "Superman gracias a Dios!" (*Il Resto del Carlino*). En el prólogo a la nueva edición de *Apocalittici* en 1977 Eco recuerda: "Pero incluso el *Times Literary Supplement*, que trataba del libro con ejemplar puntualidad, revelaba el *shock* con una imagen en primera plana entonces de verdad insólita para dicha revista: un perro de tebeo, entonces copiado de Lichtenstein, que hacía 'sniff, sniff, arfff'".<sup>5</sup>

El primer comentario del libro que se realiza en América Latina se lo debemos al brasileño Decio Pignatari en 1968 en su libro *Informação. Linguagem. Comunicação*.

En América Latina y sobre todo en Brasil, la aparición del libro de Eco le permitió insertarse en un debate cara a las elites intelectuales del

continente, localizando a la cultura de masas dentro de la dialéctica cultura de élite-cultura popular, debate intenso que atravesó todos los sesenta, definiendo programas y políticas culturales.<sup>6</sup> Eco consideraba a las tres culturas como pertenecientes al ámbito de la cultura burguesa -a la que la cultura popular tendía finalmente a asimilarse-. La lectura latinoamericana intentaba un resquicio, por cuanto la cultura popular, en cuanto *contracultura*, escapaba en su matriz de producción al universo burgués, siendo básicamente una cultura revolucionaria no sólo por lo marginal sino por la resistencia operada frente a la cultura hegemónica. No eran solamente los contenidos sino las formas de apropiación lo que estaba en juego. En un análisis retrospectivo a las distintas acepciones de la noción de cultura y a una revalorización del espacio de la contracultura, Eco precisará que:

“Soy también muy explícito en mi uso del término ‘cultura’ que ha sido usado en las ciencias humanas en los últimos cien años, para referirse a un cuerpo de conocimientos, creencias, códigos morales, leyes, costumbres y ‘cualquier otra habilidad o hábito que el hombre adquiere en cuanto miembro de una sociedad’ (Taylor). Si la cultura es entendida en esta perspectiva, es claro que hay culturas organizadas y culturas dominantes, y también culturas alternativas, modelos culturales periféricos. En este contexto, no hay contraculturas, sino otros modelos culturales. Al máximo, una contracultura puede ser identificada como un modelo alternativo, que la cultura dominante no es capaz de absorber. El imperio romano conoció este fenómeno con la penetración del cristianismo”.<sup>7</sup>

## LA CULTURA DE MASAS COMO OBJETO DE ESTUDIO

Es conocida la forma en que Umberto Eco atravesó la dicotomía entre intelectuales apocalípticos e integrados, polemizando con la escuela de Adorno. Los medios son una cosa seria, o en todo caso, los medios revisten una complejidad estructural lo suficientemente interesante como para estudiarlos como una de las formas de la narrativa contemporánea. Por otra parte, el

universo burgués que aparece bajo la forma de la cultura de masas, es apropiable y sobre todo alcanzable. La crítica apocalíptica es fundamentalmente elitista y a-histórica. En el ensayo introductorio a *Apocalittici* Eco fundamentará la dicotomía y lo que entiende por “cultura de masas”.

Permítaseme citarlo en extenso: “El Apocalipsis es una obsesión del *dissenter*, la integración es la realidad concreta de aquellos que *no disienten* (...) El universo de las comunicaciones de masa -reconozcámoslo o no es nuestro universo; y si queremos hablar de valores, las condiciones objetivas de las comunicaciones son aquellas aportadas por la existencia de los periódicos, de la radio, de la televisión, de la música grabada y reproducible, de las nuevas formas de comunicación visual y auditiva. Nadie escapa a estas condiciones (...) El sistema de la industria cultural extiende una red tal de condicionamientos recíprocos que incluso la idea de cultura se ve afectada. Si la expresión “cultura de masas” es un híbrido impreciso en el que no se sabe qué significa cultura y qué se entiende por masa, queda claro, no obstante, que llegados a este punto no es posible pensar en la cultura como algo que se articula según las irrenunciables e incorruptas necesidades de un Espíritu que no viene históricamente condicionado por la existencia de la cultura de masas. A partir de este momento, incluso la noción de “cultura” exige una reelaboración y una reformulación (...) “Cultura de masas” se convierte entonces en una definición de índole antropológica (del tipo de definiciones como “cultura bantú”), apta para indicar un contexto histórico preciso (aquel en el que vivimos) en el que todos los fenómenos de comunicación -desde las propuestas de diversión evasiva hasta las llamadas hacia la interioridad- aparecen dialécticamente conexos”.<sup>8</sup>

La cultura de masas es entonces la cultura de la modernidad y la dimensión temporal e histórica no puede ser dejada de lado. Pero entonces la pregunta se corre de lugar, ¿cómo salir de la Estética para fundar una estética en minúsculas que se ocupe del objeto perecedero, hecho para ser consumido y morir en su consumo, en síntesis, un objeto por definición desechable y sin preten-

siones metafísicas? Esta es una de las operaciones primordiales de *Apocalitticos*: legitimar un objeto diferente pero al mismo tiempo una forma de elección. Lo que interesa es la perspectiva, se estudia lo que pasa, lo que transcurre, lo que ya discurrió y aún no sabemos qué efectos tendrá mañana. Una teoría, en síntesis, como la definiría Umberto Eco “del jueves próximo”, pero que manipula representaciones que se asientan cotidianamente en la conciencia colectiva sedimentando el imaginario social.

*Apocalittici* permitió además una discusión sobre la elaboración y la formulación de una teoría sobre la comunicación de masas, un gesto fundacional que coloca a los medios legitimados no sólo por su propio poder sino por el método de análisis. El primer efecto teórico de este gesto es el surgimiento de una dimensión historicista -reconstrucción de una genealogía de tipos y mitos nostálgicos, una verdadera teogonía de héroes y una historia de linajes-. Pero al mismo tiempo produce una dimensión contextualista de los medios, por la cual la comunicación de masas, en cuanto mensajes proliferantes en el interior de la cultura moderna, pueden ser abarcados por una definición antropológica: “El acceso de; las clases subalternas a la participación (formalmente) activa en la vida pública, el ensanchamiento del área de consumo de las informaciones, ha creado la nueva situación antropológica de la “civilización de masas”. En el ámbito de dicha civilización, todos los que pertenecen a la comunidad pasan a ser, en diversa medida, consumidores de una producción intensiva de mensajes a chorro continuo, elaborados industrialmente en serie y transmitidos según los canales comerciales de un consumo regido por la ley de oferta y demanda. Una vez definidos estos productos en términos de “mensaje” (y cambiada con cautela la definición de “cultura de masas” por la de “comunicaciones de masas”, *mass media* o medios de masa), procedamos al análisis de su estructura. Análisis estructural que no debe sólo limitarse a la forma del mensaje, sino definir también en qué medida la forma es determinada por las condiciones objetivas de la emisión”.<sup>9</sup>

*Apocalitticos* elevó, o en todo caso colocó a los textos de la cultura

de masas como objetos de estudio, sin por ello consagrarlos. Segunda operación: ¿cuál es la metodología de lo efímero? Constatar la existencia de las reglas de producción del objeto. El universo de los medios es básicamente repetitivo, la economía narrativa mediática procede por estructuración de *pequeños mundos* que el lector está llamado a actualizar a partir de dos anclajes condensatorios: el tipo y el género. Individualizando la matriz es posible encontrar la regla de producción del código. La cultura de masas es una máquina poderosa a *convención*, que funciona con códigos fuertemente estructurados.

Si hay objeto y hay un método ¿existe una ciencia? El segundo efecto teórico es la apertura de un campo de experimentación en el interior de las ciencias sociales -ya abonado básicamente por los estudios americanos sobre la cultura de masas-, el de las disciplinas de la comunicación, concebidas como espacio transmetodológico e interdisciplinario. La antropología, la psicología social, la sociología, la estética y la semiótica se dan cita en la constitución del límite superior e inferior de una investigación semiótica redelineada diez años después en *Trattato di Semiótica Generale* (1975).<sup>10</sup> Un programa entonces de investigación: 1) el análisis estructural de los mensajes de los medios, visto como un momento descriptivo; 2) las diferentes modalidades de recepción de los medios en función de las circunstancias históricas y sociológicas; 3) la intención de construir de un "modelo" de la cultura contemporánea entendida como *mass cultura*; y 4) el relevamiento de una estética de los medios. Y una innovación: los gemanos de una semiótica aplicada y una semiótica de la interpretación están ya presentes en la propuesta de una "guerrilla de la recepción" que luego Eco desarrollará en la década siguiente bajo el perfil político de una "guerrilla semiológica" aludiendo a algunos fenómenos de falsificación social. Pero ya el universo del sentido había explotado.

La tercera operación de *Apocalípticos* será la de rediseñar un espacio y una función para aquellos interesados en estudiar estos objetos seriales "fuera de serie". El intelectual se vuelve antropólogo social, básicamente etnólogo de una civili-

zación mutante que se ha propuesto como modelo de consenso *urbi et orbi*. Si la comunicación masiva atraviesa el planeta, el *homo mediaticus* deberá estar preparado para leer sus textos. De ahí que uno de los efectos del libro haya sido la apelación a los intelectuales para ocupar su lugar en la campaña de alfabetización planetaria. *Apocalípticos* instauró como pocos libros el espacio optimista de los años 60, donde se dibuja un escenario en el que el intelectual es un operador cultural capaz no sólo de hacer explotar las contradicciones sociales, sino donde su intervención activa en la industria de la cultura permitirá la transmisión de una serie de valores "críticos". En un ensayo posterior, recopilado en *Sette anni di desiderio* (1983)<sup>11</sup> y que recoge las transformaciones que se iban operando en la sociedad italiana de la década del 70, Eco expresa aún este optimismo operatorio pero ya la visión del rol del intelectual aparece ligada indefectiblemente a la del poder. En efecto, Eco establece primordialmente una distinción entre *intellectual work and intellectual role* para afirmar que "el intelectual es alguien que, letrado o iletrado, artista o técnico, ayuda a hacer explícito el problema de definir a la contracultura y revelarla al mundo. El intelectual es, sin embargo, alguien que transforma la situación pero que al mismo tiempo mantiene una mirada crítica sobre las repercusiones de esta transformación".<sup>12</sup>

El horizonte que propone Eco -y que desarrollará luego en un modelo articulado de lectura (1979) y que desembocará después en una teoría de la interpretación en cuanto operación semiótica (1990)- no acepta límites porque la mirada del intelectual es por definición la de un curioso apasionado. Lo que dignifica no es el objeto sino el método, la coherencia teórica y no la corruptibilidad del mensaje. La visión es optimismo porque postula que los medios son efecto, "medios" de un proyecto político-cultural que los trasciende. Todo *Apocalípticos* reitera la idea de que los medios, en su dimensión iluminística, deben contribuir a la formación de los pueblos, con una vocación pedagógica específica que será la que permea el período. Aun el tiempo de distracción y entretenimiento puede ser utilizado. En el ínterin,

Eco cae prisionero de la fascinación mediática, nos la transmite y nos absuelve como investigadores. Los inolvidables 60 fueron sobre todo una década moral. Muchos años después, Eco ironizará con una nostalgia no exenta de coraje: "Había una vez los *mass media*, eran malos, se sabía, y había un culpable, Luego estaban las voces virtuosas que acusaban los límites. Y el Arte -por fortuna- que ofrecía alternativas a los prisioneros de los medios. Bien, ha terminado todo. Debemos comenzar de nuevo a interrogarnos sobre lo que sucede".<sup>13</sup>

## LOS MEDIOS: EL PAISAJE MODERNO

Afortunadamente Eco vuelve siempre sobre sus obsesiones. En el *turning-point* de mediados de la década de los 70, escenario de la gran transformación política de la sociedad italiana, Eco retomará la problemática mediática bajo la forma de crónicas, recogidas en *Sette anni di desiderio* (1983) fruto de su rúbrica especial *La bustina di Minerva* de la revista *L'Espresso*, crónicas que se continúan hasta el presente.<sup>14</sup> El lector semanal se ve confrontado a la re-formulación de los interrogantes de la década pasada, el valor de los medios, el rol del intelectual, la posibilidad de la vanguardia y la estructuración de la cultura contemporánea. Pero la estrategia enunciativa ha cambiado. Eco escribe en primera persona -lo que favorece la identificación- sufriendo a su vez su propia transformación mediática, volviéndose deliberadamente efímero, como nosotros que lo leemos.

Pero el personaje Eco se coloca fundamentalmente como protagonista de un pensamiento itinerante con la aguda conciencia de que rol político y rol privado están atravesados por la trama de lo simbólico. Distantiado metalingüísticamente gracias a su humorismo, el personaje nos engancha en su lucha desde un lugar difícil de sostener, cuando la suma general de lectores que llamamos sociedad espera condena o celebración. ¿Cómo y por qué Eco construye Eco? No me atrevo aquí con un problema que toca a la intencionalidad de la escritura, pero avanzo una hipótesis: el intelectual no está más habilitado para hablar en nombre de

la totalidad, no representa ya la palabra total, sino que es un *opinion maker*, uno más compitiendo con los medios en la polifonía de los formadores de la opinión pública.

Si la operación de *Apocalípticos* consistió en volver regular -y por lo tanto controlable- un producto efímero a través de la búsqueda de sus invariantes estructurales, la estrategia enunciativa de la crónica encuentra al personaje Eco en una situación diferente: la abolición de la idea de complot como interpretación justificativa y suficiente de los fenómenos históricos y culturales, es decir, el abandono definitivo de la paranoia frankurtiana por la aceptación de la tolerancia del disenso y de la diversidad. Las formas del consenso, como en la construcción del significado, son esenciales a la vida social, porque son negociables.

Pero los medios fundan su sentido en una semiosis social ilimitada y ahora no hay un *proyecto*, un plan, una teoría intencional de los medios. Como es inintencional la naturaleza. Están ahí, son el paisaje moderno. En todo caso el paisaje mediático ha logrado enunciar una metáfora mucho más radical: *screen is life*. Y esta vida recubre el tiempo elástico de la programación televisiva pero también el del *zapping*. Nada es definitivo. Los medios discurren. La década del sesenta vio crecer el espacio de los intelectuales como operadores culturales y a fines del siglo nos interrogamos sobre la función del intelectual o del político mediático, aquel que no existe fuera del circuito de los medios. Y esta ecuación no implica un juicio de valor sino una constatación: los intelectuales, como los políticos, están instalados en el circuito de los medios como garantía de un cierto efecto de realidad pero sobre todo de verdad. Y esta idea era impensable en la época en que Sartre delineaba su intelectual comprometido y aun cuando Eco proponía un espacio conjunto de trabajo y crítica.

Si el sistema social se propone siempre como un equilibrio homeostático notable, con una capacidad de reciclaje permanente, es, entre otras razones, porque los medios se reenvían mutuamente unos a otros en un continuum sin interrupción. Y es porque las relaciones de poder, es decir, las relaciones simbólicas, son reversibles, que no hay "un" poder

central, sino que este se reproduce continuamente como en la pesadilla de un dibujo animado japonés. ¿Cuál es el nuevo escenario que le depara al intelectual? Un hermeneuta de una cultura crecientemente críptica, atormentada por el mito del eterno retorno. Eco contribuye ahora a diseñar un intelectual finisecular, alejado del optimismo utopista y cuyo compromiso político atraviesa pero es atravesado por los medios. ¿Lugar imposible del "medio", lugar de producción imaginaria y de reconocimiento verosímil, o único lugar posible de producción teórica y de reconocimiento ficcional?

\* Entrevista y artículo tomados de la revista española *Telos*: N° 46, junio-agosto 1996. Integrante de la Red Iberoamericana de revistas de comunicación y cultura.

## NOTAS

- 1 *Obra Abierta*. Seix Barral, Barcelona, 1996.
- 2 *Apocalípticos e integrados ante la cultura de masas*. Lumen, Barcelona, 1972.
- 3 *La estructura ausente*. Lumen, Barcelona, 1972.
- 4 "You must remember this...", en el catálogo *The Italian Metamorphosis*, Nueva York, Guggenheim Museum, 1995, p. XIII y XIV.
- 5 "Las reacciones de los apocalípticos y los integrados. Antes". *Apocalípticos e integrados*. Lumen, Barcelona, 1968.
- 6 Cfr. Pignatari (1968), Rosa (1969), Bassi (1970), Traversa (1970), Masotta (1970). Sobre el debate entre cultura culta y cultura popular cfr., entre otros, Rest (1967), Jitrik (1971), Canclini (1972) y la revista *Los libros*, dirigida por Héctor Schmucler. Bajo la influencia de *Apocalípticos...* en Argentina, Stienberg (1971); en Uruguay, Block de Behar (1973); en Chile, Dorfman y Mattelart (1973), Dorfman y Joffre (1974); en Brasil, Cirne (1972), de Campos (1972), Katz (1973), Muggiati (1972), Jambeiro (1975). Sobre la influencia de *Apocalípticos...* en los estudios de la comunicación en América Latina cfr. Cohn (1971), Rivera (1987).
- 7 "¿Existe la contra-cultura?", en *Sette anni di desiderio*. Bompiani, Milano, 1983.
- 8 "Introducción", en *Apocalípticos, op. cit.*
- 9 "Introducción", en *Apocalípticos, op. cit.*
- 10 "¿Existe la contra-cultura?", en *Sette anni di desiderio*, op. cit. Trad. del autor.
- 11 *Sette anni di desiderio*. Bompiani, Milano, 1983. No hay traducción en lengua española.
- 12 *Sette anni di desiderio*, op. cit. Trad. del autor.
- 13 *Sette anni di desiderio*, op. cit. Trad. del autor.
- 14 Parcialmente recogidas en *Sette anni di desiderio* y en *Sugli specchi e altri saggi*. Bompiani, Milano, 1985. Trad. española *De los espejos*. Lumen, Barcelona, 1988.

## BIBLIOGRAFÍA

Bassi, Juan (1970). *La neovanguardia italiana: el grupo 63*. Los libros n. 7.

COMUNICACION

- Buenos Aires
- Barthes, Roland (1957). *Mythologies*. Seuil, París.
  - Block de Behar, Lisa (1973). *El lenguaje de la publicidad*. Editorial Siglo XXI, Buenos Aires.
  - Cirne, Moacy (1972). *Para ler os quadinhos*. Editora Vozes, Petropolis.
  - Cohn, Gabriel (1971). *Comunicação e industria cultural*. Editora USP, Sao Paulo.
  - De Campos, Haroldo (1972). *A arte no horizonte do provavel*. Editora Perspectiva, Sao Paulo.
  - Dorfman, Ariel y Joffre, Manuel (1974). *Superman y sus amigos del alma*. Editorial Galerna, Buenos Aires.
  - Dorfman, Ariel y Mattelart, Armand (1973). *Para leer al Pato Donald*. Editorial Siglo XXI, Buenos Aires.
  - Eco Umberto.
  - (1962) *Opera Aperta*. Bompiani, Milano. Traducción española: *Obra abierta*. Seix Barral, Barcelona, 1966.
  - (1964) *Apocalittici e integrati*. Bompiani, Milano. Traducción española: *Apocalípticos e integrados ante la cultura de masas*. Lumen, Barcelona, 1969.
  - (1975) *Trattato di Semiotica Generale*. Bompiani English, Milano.
  - Traducción española: *Tratado de Semiótica General*. Lumen, Barcelona, 1977.
  - (1977) *Dalla periferia dell'imperio*. Bompiani, Milano.
  - (1979) *Lector in Fabula*. Bompiani, Milano. Traducción española: *Lector in Fabula*. Lumen, Barcelona, 1981.
  - (1983) *Sette anni di desiderio*. Bompiani, Milano.
  - (1985) *Sugli specchi ed altri saggi*. Bompiani, Milano. Traducción española: *De los espejos*. Lumen, Barcelona.
  - (1990) *I limiti dell'interpretazione*. Bompiani, Milano. Traducción española: *Los límites de la interpretación*. Lumen, Barcelona, 1992.
  - García Canclini, Néstor (1972). *Arte popular y sociedad en América Latina*. Editorial Grijalbo, México.
  - Jambeiro, Othon (1975). *Canção de masas. As condicoes de produção*. Pioniera, Sao Paulo.
  - Jitrik, Noe (1971). *Ensayos y estudios de literatura argentina*. Editorial Galerna, Buenos Aires.
  - Katz, Chaim S. (1973). "Ideologia e centros historias em quadinhos". En *Revista de Cultura* n. 7.
  - Masotta, Oscar (1970). *La historieta en el mundo moderno*. Editorial Paidós, Buenos Aires.
  - Muggiati, Roberto (1972). *Rock o grito e o mito*. Editorial Vozes, Petropolis.
  - Pignatari, Decio (1968). *Informação. Linguagem. Comunicação*. Editora Perspectiva, Sao Paulo.
  - Rest, Jaime (1967). *Literatura y cultura de masas*. CEDAL, Buenos Aires.
  - Rivera, Jorge (1987). *La investigación en comunicación social en Argentina*. Editorial Punto Sur, Buenos Aires.
  - Rosa, Nicolás (1969). *Nueva novela latinoamericana. Nueva crítica*. En *Los Libros*, n. 1.
  - Steinberg, Oscar (1971). *El lugar de Mafalda*. En *Los Libros*, n. 17.
  - Traversa, Oscar (1970). *Apocalípticos e integrados en la cultura de masas*. En *Los Libros*, n. 10.

# INFORMACIONES



PRIMER SEMINARIO  
INTERNACIONAL  
DE COMUNICACION  
POLITICA

El tema de la relación Comunicación y Política está de moda en estos momentos. Ya son varios los encuentros, nacionales e internacionales llevados a cabo en nuestro país, que lo han tratado. Así por ejemplo, el último de esos seminarios-congreso-coloquio fue el que se realizó entre el 8 y 9 de abril en el Hotel Avila de San Bernardino. A él asistieron invitados de México, Colombia, Chile, Costa Rica, Perú, Brasil, Panamá, Nicaragua, Honduras, Uruguay y Venezuela. Estuvo auspiciado por la Fundación Konrad Adenauer, la Cámara de Diputados del Congreso de la República, la Universidad Católica Andrés Bello y el Colegio Nacional de Periodistas.

Los aspectos más resaltantes del evento, y que merecen ser destacados en forma de "tips" fueron:

- **La comunicación política es un diálogo entre la comunidad, los políticos y los medios**, donde hay una relación bidireccional, esto es, la sociedad necesita de los medios para estar informada y a su vez los medios necesitan a la comunidad para que le proporcione insumos informativos.
- **Estamos ante un panorama donde los medios como nuevos agentes, actúan en nombre de la democracia.** En este sentido, la polémica estuvo orientada hacia lo que comunican y lo que dejan de comunicar los medios de comunicación, ya que la libertad de expresión está ligada al libre flujo de información.
- **Manuel Caballero, a través de una síntesis histórica, habló de la vida "incomunicada" del país desde la conquista hasta la actualidad, definiendo la historia de Venezuela como la historia de la incomunicación de Venezuela.** Se refirió a la comunicación como el acto de "prestarse oídos, como mutua condición de comprenderse" (Heidegger) y a los sucesos de febrero del 89, donde se intentó echar abajo el muro de la incomunicación que se había levantado en los años de la democracia. "Pero todavía la sociedad parece mantener su poder NO COMUNICACIONAL, donde lo primero que se ha reducido es la comunicación interpersonal a través de la reducción de los espacios públicos, donde se puedan reunir las masas".

- En las ponencias de la sección "los medios de comunicación como *perros guardianes* de la sociedad y su papel en el proceso dado entre instituciones políticas y la opinión pública", se dio una visión de América Latina: **tres hallazgos son comunes a todos los países subdesarrollados del continente: hay credibilidad casi nula en los partidos e instituciones políticas, las sociedades de estos países cuentan con más del 50 por ciento de población joven y por último, los medios de comunicación ocupan el primer lugar de credibilidad o confianza de la opinión pública** (ellos y la iglesia se mantienen en las primeras posiciones).
- **Se habló de la socialización política.** En el proceso de socialización se había hablado de la familia como factor básico de implantación de patrones de conducta, luego se señaló a la escuela, pero no fue sino hasta principios de esta década donde se llegó a determinar que si bien es cierto que la familia es importante en la orientación general del ser humano, los medios de comunicación son mucho más importantes, ya que no solamente son capaces de socializar a jóvenes y adultos sino también a socializar en materia política a los niños, quienes ya desde los 7 u 8 años, aprenden a emular el comportamiento político de los padres.
- **Los medios de comunicación y la creación de la Agenda Pública:** por un lado está el menú de los medios; por otro, la Agenda Pública (la opinión de los venezolanos) y por otro, se encuentra la agenda de los decisores. Pero la correspondencia entre los tres no siempre es exacta. En Estados Unidos, las investigaciones revelan que los medios causan gran impacto en la forma de pensar. Sin embargo, esta influencia se ejerce sobre el sentido cognitivo y no sobre el emocional, o sea, los medios son poderosos para decir qué pensar, qué es lo importante, pero no tienen poder sobre el cómo. Otro hallazgo en la formación de la agenda pública (la opinión del ciudadano) es el efecto de "imprimación" o detenido, que indica que la gente tiende a tomar

decisiones sin hacer un análisis muy exhaustivo, lo que origina que al final la decisión sea satisfactoria mas no sea óptima.

- **Respecto a la importancia de la investigación en la comunicación política**, experiencias de Argentina indican que 66 por ciento de los ciudadanos creen en los resultados de las encuestas. La credibilidad de los medios de comunicación de masas está en primer lugar. Y como ejercicio de autopercepción de los periodistas, 96 por ciento de ellos considera que sí influyen en las decisiones políticas de la población. Como otros datos, exponen que: a) la intuición del poder político se ha reducido notablemente (desconocimiento del receptor a quien se dirige), b) la opinión pública está buscando continuamente transparencia y credibilidad, y c) hay una necesidad urgente de trabajar y levantar la imagen de la figura política. DATANÁLISIS, empresa venezolana de opinión pública indicó por su parte que: a) existe una necesidad de identificar al elector (saber quién es, cuáles son sus gustos, su forma de pensar, etc.), b) se repite el esquema latinoamericano de posicionar a los medios en primer lugar al calificar el desempeño de las instituciones venezolanas, c) se hace necesario abrir canales de comunicación (distintos a los tradicionales) del ciudadano con el grupo político, d) la comunicación no es un remedio de último momento, es importante el manejo de políticas de mediano y largo plazo cuando se trata de trabajar con la imagen de un político.
- **Se presentó la polémica sobre las nuevas disposiciones de elecciones que indican que toda campaña, encuestas, resultados, etc., no debían presentarse a los medios antes de los últimos 15 días hábiles de las elecciones**, argumentando la libertad de expresión y el derecho a la información. Al respecto: a) se apoyó esta idea diciendo que en la medida en que la sociedad se esfuerce por aumentar su cultura política, menor sería la ventaja que podían tener los medios de comunicación como elementos influyentes en la opinión pública; b) algunas posturas indica-

ron que las encuestas se convierten en un medio de propaganda dispuesto a quien pueda pagar más, lo que pone en desventaja al resto; c) se dijo que de todas maneras, la mejor forma de saber si las encuestas influyen en la toma de decisiones es precisamente... haciendo encuestas.

- **Alfredo Keller, presidente de Consultores 21, expuso sobre la influencia de asesores comunicacionales en la constitución de campañas electorales.** Al respecto, mencionó que la consultoría política trata de facilitar los procesos de comunicación destinados a legitimar la gestión y las políticas de instituciones que están sometidas al escrutinio público. Supone además el desarrollo de técnicas para persuadir al ciudadano, siempre respetando la pluralidad de ideas. En ese caso el consultor es un articulador experto de intereses en conflicto, un equilibrador de razones y emociones. No obstante, en Latinoamérica hay cierto menosprecio del político hacia el asesor, a quien sólo se llama para "apagar fuegos", además de que hay también cierto menosprecio generalizado hacia las ciencias sociales. La situación, según Keller, está cambiando y se puede hablar de un futuro buen negocio en la consultoría política. Dentro de las ventajas del consultor frente a una tarea política se menciona: a) es el encargado de equilibrar los conflictos en un grupo (partido u organización) donde todo el mundo cree tener "su" verdad; b) en una agrupación política nadie nunca sabe qué es lo que mueve a la gente a estar con un candidato, por eso el consultor cuenta con la ventaja de ser un agente externo, no involucrado con las decisiones que allí se toman. Se señaló además que como desventajas, aunque el consultor es tomado en cuenta y puede llegar a resolver los conflictos, le haría falta cierta "convivencia histórica" para tener un conocimiento más cercano con los pormenores de la creación y desarrollo de una organización partidista. Por último, dice que la influencia de los consultores extranjeros en campañas electorales (por ejemplo CAP, Caldera, etc.) ha sido muy dañina para el país, porque se utiliza como plan todo aquello que indique el daño severo al contrincante, el manejo del populismo como imagen, la canibalización, la guerra sucia y no armas más dignas como la educación del electorado, el argumento de la necesidad de mantener el sistema democrático, la práctica de derechos y deberes constitucionales, etc.
- **Frank Priess, especialista de me-**

**dios de la Fundación Konrad Adenauer, expuso algunos puntos, tales como:**

- a) nos encontramos en un tiempo de más modas y estilos, pero donde todo está menos organizado;
- b) la gente acepta cada vez menos valores instituidos;
- c) los padres tienen a su cargo la labor orientadora pero ellos a su vez también buscan orientación;
- d) faltan cada vez más personalidades carismáticas (aunque ésta es una crítica ya vieja);
- e) la credibilidad de las instituciones políticas ha disminuido en escala alarmante;
- f) se espera liderazgo de los políticos y se critica si éste falta, pero las posibilidades de realizar lo decidido por estas figuras públicas se ha complejizado, en consecuencia, ha aumentado el esfuerzo que debería hacer la comunicación política.
- **En cuanto a la importancia del trabajo de relaciones públicas y de comunicación a largo plazo para lograr los éxitos comunicacionales en instituciones públicas,** se tienen otras consideraciones: a) se impone un trabajo de reflexión sobre el papel sensibilizador que deben tener las políticas comunicacionales, así como reconsiderar el uso de los medios de comunicación, desmitificándolos como los únicos canales de solución de problemas; b) la comunicación puede ser una panacea cuando se está frente a problemas estructurales del país, por tanto hay que "deslustrarse" del concepto de construir imagen que pareciera "inherente" a todo lo que tiene que ver con la política.
- **Otras informaciones:** a) Como dato sociopolítico importante, entre 1980 y 1990 se pueden contar más de 30 países que entre América Latina, Europa del Este y Asia, pasaron del autoritarismo a la democracia; b) América Latina cuenta con una tradición de partidos políticos fuertes, donde ellos han sido el centro del movimiento electoral; c) a pesar de que los países en desarrollo siguen manteniendo problemas de organización, falta de recursos, analfabetismo, pobreza, etc., estas naciones continúan en capacidad, todavía, de emprender grandes campañas electorales; d) la radio es un medio poderoso que se subemplea, aunque en muchos países se posiciona como el principal medio de comunicación social; e) en un continente donde 70 por ciento de la población es menor de 30 años, se justifica que haya poca credibilidad sobre los líderes, ya que un político de 65 años por ejemplo, ¿cómo puede comunicarse con una persona menor de 30 años? ¿Qué le va a decir? Ya los códigos, las vivencias, los mensajes no son comunes.

Aparentemente las sociedades jóvenes quieren líderes jóvenes.

**Heydi Ramírez**



**EL FUTURO NO SERA TELEVISADO**

Hoy más que nunca quisiera estar de acuerdo con la mayoría. Al menos con esa mayoría que se hace oír por la televisión y por la prensa, y celebra con entusiasmo la victoria obtenida por las fuerzas del Estado peruano sobre los empujados terroristas del MRTA. Me gustaría repetir con certeza de triunfo que en el Perú se ha consolidado la democracia y se ha demostrado que no se debe ceder ante el chantaje terrorista; celebrar con fe ciega que la decisión tomada al bajo costo de diecisiete vidas humanas ha sido lo mejor; suspirar, como tantos lo hacen en Venezuela, por el deseo de tener entre nosotros un clon de Fujimori que enfrente por igual, con valentía y decisión, a la delincuencia venezolana o a la guerrilla y el narcotráfico colombianos o, sencillamente, como puede derivarse de la opinión del doctor Lazo Ricardi frente a las cámaras, acariciar públicamente la idea de que el gobierno peruano se dedique en el futuro a entrenar a nuestras policías para que más nunca se repitan entre nosotros los — por simple comparación de resultados — humillantes acontecimientos de Terrazas del Avila, San Román y La Poma.

Comparto sin duda alguna la felicidad de los rehenes liberados y la de sus familiares, la legítima recuperación de su derecho a vivir en libertad, el respiro que significa para las naciones involucradas, y especialmente para el pueblo peruano, el fin de la pesadilla. Pero algunas intuiciones amargas, algunas señales escalofriantes, que la televisión en vivo ha transmitido, me impiden sumarme al jolgorio.

Siento que aún es demasiado temprano para juzgar con claridad lo sucedido y, sobre todo, para evitar que las emociones primarias, aquellas que nos han enseñado a distinguir a los buenos de los malos en territorios claramente enfrentados, nos impidan entender lo que a simple vista comienza a emerger frente a nosotros como una nueva cultura política latinoamericana. Me refiero al autoritarismo militar de apariencia civil.

Fueron los síntomas de ese fenómeno lo que nos mostró con contundencia la tarde del martes 22 la televisión en vivo. Independientemente de los juicios éticos sobre la operación — "no era lo deseable, pero parece que era lo único posible", declaró un ex rehén, el sacerdote Wichte-

lo que la transmisión televisiva comunicó como metáfora fue una idea del poder, un sentido de la representación, y una perversión del protagonismo que fluía a torrentes en cada uno de los gestos, las acciones y los desplazamientos del general Fujimori.

A diferencia de lo que nos han enseñado en similares situaciones críticas los grandes estadistas del presente, acostumbrados al culto de la televisión pero conscientes de los límites de sus funciones, Fujimori durante largas horas fue al mismo tiempo Clinton y Powell, presidente civil y mariscal de campo, vocero oficial y jefe de protocolo, gélido estratega y frágil y lloroso doliente de las víctimas; incluso, director de transporte y jefe de las porras que daban vivas al triunfo de los comandos oficiales. Con gestualidad cercana a la del centro delantero que acaba de ejecutar un gol, Fujimori entraba y salía de la embajada, dirigía las operaciones de última hora, le daba órdenes a los rehenes recién liberados, y de tiempo en tiempo, saludaba con sabia intuición a las cámaras que desde lejos le seguían para transmitir su imagen al mundo.

En esa suerte de ebriedad serena, la máxima que se puede permitir un hombre de su disciplina, Fujimori exhibió impudicamente aquello que nos produce el escalofrío: su profunda ambición, su particular sentido de la oportunidad, su sed desmedida de protagonismo y, sobre todo, lo más revelador, su desconocimiento o su desprecio pleno por todo lo que signifique la institucionalidad, la multiplicidad de voceros, el reconocimiento de las jerarquías y la división del trabajo. Si alguna vez se ha producido un testimonio televisado de la frase "el Estado soy yo", ésa ha sido la actuación de Fujimori, desde su llegada triunfante al sitio de la batalla hasta su rueda de prensa, megáfono en mano, sobre un improvisado escenario con los periodistas a sus pies.

Y ese gesto es precisamente lo más revelador de este incidente. Lo que subyace en este drama coyuntural, en esta nueva estación del desgarrador vía crucis al que ha sido condenado el Perú por largas décadas, es una vieja flaqueza latinoamericana, la incapacidad para dotarnos de un orden institucional auténticamente democrático que permita el ejercicio de los derechos civiles y las libertades constitucionales al tiempo que garantice la paz y el consenso institucional. Por eso viajamos oscilando entre Estados débiles, incapaces incluso de ejercer a plenitud su soberanía territorial, como Colombia y Venezuela, y aparatos de control social desmedido, como en el caso del PRI en México. Entre figuras frágiles, risibles y contradictorias, como Bucaram, y el renacimiento de los viejos

arquetipos del caudillo rural, del hombre fuerte, con una sui generis mezcla de populismo y tecnocracia, como Fujimori. Por eso retornan periódicamente convertidos en cantos seductores los sueños de seguridad de manos del militarismo.

Hace mucho tiempo leí una frase de Vaclav Havel que en casos como éste se me devuelve intermitentemente. Hablaba Havel de la manera como "un gris y neurótico sargento de segunda" condujo a una Europa desesperada hacia uno de los más grandes genocidios de la humanidad. Ojalá y esta interpretación de la ceremonia televisiva de quien ha sido capaz de disolver arbitrariamente su Congreso, gobernar apoyado en la cúpula militar, promover una guerra fratricida con el vecino Ecuador, retirarse de la Comunidad Andina sin advertencia previa, guardar silencio frente a un grupo de militares asociados con el narcotráfico, y permitir la sistemática violación de los derechos de sus presos políticos, reseñada con detalle por la prensa española, no sea más que una equivocación y no tenga nada que ver con una versión latinoamericana de las precisiones de Havel. Sería una equivocación feliz.

**Tulio Hernández.**

**Diario El Nacional.**

**Suplemento dominical Siete días,  
27 de abril de 1997.**



*"No tengo miedo de morir, pero me voy a morir de la envidia sabiendo que ya no estaré aquí y ustedes, mis felices amigos, estarán haciendo lo que más me gustaba hacer: vivir". (Frase pronunciada por Darcy Ribeiro a un grupo de amigos mientras luchaba con coraje contra la enfermedad que lo doblegó)*

Desmientan los "extra" de la televisión. Desmientan los titulares de los periódicos. Desmientan el llanto de los amigos. Desmientan los homenajes que todos, desde Fernando Henrique Cardoso hasta Fidel Castro, están realizando. Desmientan todo, ya que Darcy Ribeiro no murió, ni morirá. Sólo fue allá y vuelve ya, como dicen en Minas Gerais, el Estado-país en el que nació y que él llevaba en el corazón con su alma de niño y de indio, porque los indios eran sus hermanos.

En cualquier momento volverá Darcy Ribeiro. Volverá trayendo flores para nuestros indios. Volverá trayendo versos para las mujeres que él supo amar como quien defiende el último pedazo del suelo patrio. Volverá con un arma empuñada.

Humillados y ofendidos de mi país: no se asusten porque Darcy Ribeiro volverá para defenderlos. Insomnes de mi país: traten de soñar que Darcy Ribeiro volverá para decirnos que la vida comienza con un sueño.

Guerrillero de nuestras quimeras. Don Quijote de nuestras utopías, Darcy Ribeiro que varios Darcys Ribeiro convivieran con el soñador que era.

¿Quién era el mejor Darcy Ribeiro? ¿El antropólogo que redescubrió el Brasil indígena junto a los hermanos Villas Boas e incorporó al indio en nuestro día a día? ¿El novelista de Maira y de El Mulo, que nos seducía como Sherezade seducía al Sultán, en las mil y una noches del Brasil? ¿El profesor, educador, político, profeta o poeta? ¿El hombre que creó la Universidad de Brasilia con un pie en la tierra y otro en la luna? ¿El rebelde de mil causas que enfrentó la dictadura militar brasileña, conoció el exilio y regresó al Brasil para hacer lo que más amaba (después de amar): luchar?

Darcy Ribeiro era uno y era todos: en él convivían, como en un volcán siempre a punto de entrar en llamas, varios Darcys Ribeiro que, uno a uno, serían motivo de gloria para cada ciudadano. Él, Darcy Ribeiro, que era un ciudadano del mundo, solidario con las grandes causas y las grandes luchas de América Latina.

Sépanlo todos: Darcy Ribeiro quería crear, no sólo un Brasil justo, fraterno y hermano. Quería crear un nuevo hombre que fuera hermano del propio hombre. Un nuevo hombre abierto a las causas de la libertad y la fraternidad.

Darcy Ribeiro era, en el fragor de la revolución permanente que defendía, un partido político: el PDR, el pasional y libertario Partido de Darcy Ribeiro.

Desmientan las lágrimas de las mujeres. Desmientan el adiós de Río de Janeiro. Desmientan la sensación de que el Brasil se hizo más pobre. Desmientan todo, porque Darcy Ribeiro volverá. Volverá dando serenatas, como las que daba en los años juveniles en su tierra, la serenata en Montes Claros. Atención, muchachas brasileñas, muchachas de América del Sur, muchachas de Orapa, Franáa y Bahía: abran sus ventanas cuando salga la luna, que el serenatero Darcy Ribeiro va a cantar.

Atención, rebeldes del Brasil, rebeldes de América del Sur, rebeldes de Orapa, Franáa y Bahía: preparen sus armas, sueños y quimeras, que el Don Quijote Darcy Ribeiro volverá en cualquier momento.

Si quisieran tomar las tierras del indio, Darcy Ribeiro volverá. Si quisieran humillar a los humillados, ofender a los ofendidos, tengan la certeza -con los brazos abiertos, la cabellera al viento- que Darcy Ribeiro volverá y nos contará

un secreto. "¿Sabes cuál era mi último deseo? Vivir".

**Roberto Drummond**



Era serio y preciso. Seguro en cada uno de sus planteamientos, amplio y generoso, profundo en todos los sentidos. Periodista, profesor universitario, investigador, comunista de siempre, rebelde y constante. Convencía para edificar, educaba para transformar, entregaba partes de lo mucho que la vida le había proporcionado sin pedir nada a cambio. Podía hablar de Rulfo y Eco, de la situación política nacional, de personajes inolvidables del siglo XIX y recordar que la objetividad no existe. Cada frase en su lugar; una absoluta correspondencia entre la idea, la palabra y la voz. Era Federico Alvarez. Su actual silencio, profundiza las diferencias y las contradicciones.

En nosotros surge el compromiso de dar a conocer una obra inmensa que no puede ser olvidada.

Acaba de fallecer en Caracas el extraordinario intelectual caroreño Federico Alvarez, después de una penosa enfermedad que lo mantuvo alejado de los medios. Quienes lo conocimos y lo admiramos por su inteligencia, su consecuencia, la profundidad de sus conocimientos, sus principios y sus actuaciones ejemplarizantes, creemos que debe ser objeto de un justo reconocimiento, lo cual constituiría una manera de poner de relieve la figura de hombres que asumen conductas invariables, verticales, por amor al país, porque la propia sensibilidad los lleva a declararse presentes y asumir todas las consecuencias de sus actos, con valentía y orgullo.

Compartimos con Federico Alvarez en diversos escenarios. En el *Diario de Carora*, por referencias permanentes, era una especie de leyenda. En la Universidad Central de Venezuela nos incorporamos a sus cursos y nos asesoró en trabajos de investigación y tesis de grado. En el CNP-Lara nos correspondió participar en jornadas sobre libertad de expresión. Aunque pudiera configurar una situación inverosímil, fue Federico Alvarez quien nos orientó en un trabajo sobre Doctrina Social de la Iglesia. No solamente desde el punto de vista metodológico, pues utilizamos la técnica del periodismo interpretativo, sino porque también era filósofo - cursó Periodismo y Filosofía en Chile- y conocía a San Agustín, a Santo Tomás y las grandes figuras del pensamiento socialcristiano. Recuerdo que a mis compañeros de estudios

teológicos de la UCAB les resultó interesante la manera cómo Federico Alvarez descubría un orden trascendente, desde una óptica diferente a la nuestra: solía permanecer, en la misma época del año, a la hora y en el lugar exacto, en Chile, para presenciar el florecimiento múltiple, multicolor, de un jardín de rosas. Cuando lo relataba el hombre de origen humilde que se abrió espacio a pulso, el luchador comunista que jamás claudicó, el guerrero que permanecía en el campo de batalla cuando los otros se retiraban, se convertía en una persona distinta, profundamente sensible.

¿Cuál es la importancia que tiene Federico Alvarez para las nuevas generaciones? ¿Debemos afirmar que el haber formado numerosas generaciones de periodistas venezolanos es el resumen de una brillante actuación? ¿Qué podemos hacer con la memoria de uno de los periodistas más completos de América Latina, de acuerdo con el criterio de numerosas personalidades que lo conocieron?

Fue un hombre de principios. La ética es una constante en su trabajo periodístico. Desempeñó la Cátedra universitaria con responsabilidad y absoluta seriedad. Fue consecuente con sus ideas y comprendió que la sociedad, en efecto, evoluciona, pero los pobres serán siempre el objeto de las reflexiones por parte de las mujeres y hombres de buena voluntad, lo cual es necesario integrar en cualquier proyecto existencial. Fue respetado por su autenticidad y apego a la verdad, cualidades que le reconocían hasta quienes mantenían posiciones contrarias a la suya. Con Federico Alvarez se podía confiar plenamente porque la honestidad estaba presente en todo cuanto hacía. Fue un maestro, fue un señor.

**Jesús Antonio Herrera**



La Red Académica de Centros de Investigación y Universidades Nacionales (Reacciun) y la empresa privada Telcel suscribieron el primer acuerdo de interconexión entre dos redes venezolanas de acceso a Internet, el cual permitirá a los usuarios tener entrada directa a los recursos de información localizados en ambas redes, sin necesidad de establecer los enlaces a través de nodos localizados en el exterior.

Luis Eliécer Cadenas, presidente de Reacciun, dijo que el acuerdo representa un paso importante en el desarrollo de la tecnología de información en el país. "Es la primera vez en Venezuela que dos proveedores de Internet se conectan, lo que permitirá reducir los costos y ofrecer

una mejor calidad de servicio a los usuarios".

Reducción de costos porque el uso del canal internacional es el recurso más costoso para una red: al interconectarse Reacciun y Telcel se elimina el paso innecesario de hacer un enlace al exterior para acceder desde una red nacional a otra en el propio país. "Se estima que, como mínimo, cerca de 30 por ciento del tráfico de los canales internacionales de las redes nacionales, se destina a la conexión con otras redes venezolanas", destacó Cadenas.



La democratización del acceso a las tecnologías de información y el uso de ésta como herramienta para el desarrollo social fueron dos de los temas más discutidos durante la II Agenda Tecnologías de Información, organizada en Caracas por el Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Tecnológicas (Conicit).

Los participantes -representantes del sector público y privado- agrupados en cinco mesas de trabajo (Economía y Tecnología de información, Entorno regulatorio, Tecnología de información y Sociedad, Aspectos técnicos y Tecnología de información y Educación y tecnología de información) coincidieron en que es necesaria la promoción de una cultura de la información en el país para estimular la producción industrial y el sistema educativo. También destacaron como prioridad la implantación de una política pública destinada a democratizar el acceso a las tecnologías y a los contenidos.

Las mesas de trabajo abordaron cinco grandes temas:

**Economía y Tecnología de Información:** Se discutió sobre la creación de bases de datos por sectores económicos y de directorios dinámicos en línea, así como posibles líneas de investigación, tales como el impacto del uso de la información en el sector productivo y la proposición de innovaciones tecnológicas para la pequeña y mediana industria.

**Entorno regulatorio y Tecnología de Información:** Se identificó como posible política la suscripción de convenios regionales en sectores estratégicos para propiciar redes de negociaciones.

**Tecnología de Información y Sociedad:** Los actores identificaron como políticas la promoción del acceso universal a los contenidos que apoyen el desarrollo social, mediante la introducción de tecnologías de información en las organizaciones sociales de base.

**Aspectos Técnicos y Tecnología de Información:** El debate giró en torno a

la masificación del uso de la información a través de alternativas de bajo costo, tales como salas de terminales y cabinas públicas de acceso a Internet ubicadas en bibliotecas, centros de salud y escuelas.

**Educación y Tecnología de Información:** La prioridad fue la modificación de los programas escolares que permitan la incorporación de nuevas tecnologías de información como herramienta didáctica, por el apoyo a la producción y aplicación de software educativo, el uso de las tecnologías de información en la promoción de la lectura en la escuela básica y el desarrollo de sistemas telemáticos para la educación informal, rural y a distancia.



**VEREDICTO DE LA V  
EDICIÓN DEL PREMIO  
CARLOS EDUARDO FRÍAS  
A LA EXCELENCIA EN  
TRABAJOS DE GRADO**

La Quinta Edición de este premio corresponde al año 1996. El mismo nació en 1992 como una manera de impulsar a nuestros jóvenes egresados de las disciplinas de Comunicación y Artes de educación superior a la Excelencia Académica. Según apuntan sus organizadores, la Fundación Carlos Eduardo Frías, cada año son más las Tesis y Trabajos de Grado que concurren, y así en esta ocasión se presentaron un total de 76 trabajos que en sus respectivos centros de enseñanza obtuvieron la máxima calificación. Pero no todos podían ser ganadores. Hubo que evaluar y para ello el jurado conformado por el Profesor Jesús María Aguirre (UCAB), Profesor Marcelino Bisbal (UCV), Profesor Adolfo Carreto (Instituto Universitario Nuevas Profesiones, IUNP), Dr. Fernán Frías Palacios (Fundación Carlos Eduardo Frías), Profesor Pasquale Nicodemo (UCV), Profesora Caroline de Oteyza (UCAB), Profesor Max Römer (UCAB), Licenciado Luis Vezga Godoy (ASESORAC), Licenciada Mariela Avellaneda (CONAC), Licenciada Maritza Guadarrama (FUNDAYACUCHO), Profesora Thais Valero (UCAB), Licenciado Alfredo Maldonado (PEGASO Publicidad), Profesor Jeremiah O'Sullivan (UCAB), Dr. Nelson Villasmil (MER-CANALISIS) y el Profesor Emilio Pérez Pérez (UCAB) tuvieron que decidir. El jurado eligió como *parámetros de evaluación* los siguientes: originalidad temática; importancia del tema; novedad y actualidad; metodología del trabajo; planteamiento; presentación lingüística; incidencia en la profesión y en la sociedad.

De esta forma el VEREDICTO resultante fue:

**CATEGORÍA COMUNICACIÓN:**  
En la Mención Publicidad o Imagen

**COMUNICACION**

**Corporativa**  
Primer Premio  
El Mundial de Fútbol USA '94 como un facilitador de publicidad  
Aura Marina Malavé, UCV  
Segundo Premio  
Influencia de la situación política y económica en la actividad publicitaria  
Beatriz Carrillo Lucas e Ivette Lucas Maurovich, UCAB  
Propuesta de una campaña institucional a nivel nacional dirigida a incrementar la recolección de chatarra ferrosa para la empresa SIDOR, CA de Pto. Ordaz, Estado Bolívar  
Yesmín Salcedo, IUTIN

**En la Mención Mercadeo**  
Primer Premio  
*El consumo cultural de la televisión. Un punto de vista mercadotécnico simbólico*  
Evelín Chacón Ortega y Ernesto Olivo Valverde, UCV  
Segundo Premio  
Desierto

**En la Mención Nuevas Tecnologías de la Comunicación**  
Primer Premio  
Netmarketing. Mercadotecnia a través de Internet  
Carolina Hernández Lorenzo y Carmen González Hernández, UCV  
Segundo Premio  
*Cambio tecnológico, cambio social, cambio profesional. Consideraciones a la estructura profesional del comunicador social a partir de las nuevas tecnologías y los nuevos medios*  
Miguel Cabrera Machado, UCV

**La Publicación en la Categoría Comunicación**  
*Los miembros del Jurado acordaron por decisión unánime la publicación del Trabajo de Grado Netmarketing. Mercadotecnia a través de Internet de Carolina Hernández Lorenzo y Carmen González Hernández, UCV, siempre y cuando las autoras acepten los cambios sugeridos para editarlo. En caso de que estos cambios, propuestos por el Jurado, no sean aceptados, se publicará el trabajo El Mundial de Fútbol USA '94 como un facilitador de publicidad de Aura Marina Malavé de la UCV.*

**CATEGORÍA ARTES:**

En la Mención Teatro  
Primer Premio  
Retrato de un alma  
Daniela Egui Rubio, UCAB  
Segundo Premio  
Desierto

En la Mención Danza  
Primer Premio  
Comunicación y cultura: más allá de

lo massmediático. Estudio de las manifestaciones mágico-religiosas de Nai-guatá...

Elizabeth Pérez y Miriam Pérez Blanco, UCV  
Segundo Premio  
Desierto

**En la Mención Música**

Primer Premio  
Desierto  
Segundo Premio  
Desierto

La publicación en la Categoría Artes  
Los miembros del Jurado acordaron por decisión unánime la publicación de los Trabajos de Grado *Retrato de un alma* de Daniela Egui Rubio de la UCAB y *Comunicación y cultura: más allá de los massmediático. Estudio de las manifestaciones mágico-religiosas de Nai-guatá* de Elizabeth Pérez y Miriam Pérez Blanco de la UCV.



**XXI CONGRESO  
DE LA ASOCIACION  
LATINOAMERICANA  
DE SOCIOLOGIA**

Desde el 31 de agosto al 05 de septiembre del presente año, en la Universidad de Sao Paulo, en Brasil, se realizará el XXI Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología (ALAS). En esta oportunidad, tratará de ser un amplio marco de visiones y propuestas multidisciplinarias, explorando que la integración latinoamericana sea, ante todo, una integración política, social y cultural en busca de una ciudadanía continental; plataforma indispensable para que el continente, fortalecido políticamente, pueda ser un protagonista fundamental en la construcción de un mundo más solidario, más humano y más integrado.

La América Latina está entre los continentes para los cuales el llamado "primer mundo" no tiene políticas para proponer y tampoco cuenta con las políticas propias de inserción activa en la nueva división internacional del trabajo. Por otro lado, el pensamiento social latinoamericano hace un gran esfuerzo por definir una nueva mirada a la cuestión social, para buscar los instrumentos que permitan dar nuevo contenido y aliento en la movilización ciudadana.

Paralelamente, los Estados Nacionales enraizados en políticas de apertura indiscriminadas, son impotentes para contraponer las consecuencias de políticas definidas en organismos internacionales sin ningún control de la ciudadanía. Un verdadero *gobierno mundial* atenta diariamente contra la soberanía de la ciudadanía, contra las posibilidades

de los hombres de decidir libremente sus destinos, víctimas de políticas en favor de la libre circulación del capital especulativo.

La globalización y el ejercicio de la ciudadanía serán los temas fundamentales que estarán con mayor presencia en las comisiones de trabajo del Congreso; a saber:

1. Balance y perspectivas del pensamiento latinoamericano.
2. Concentración económica, poder y Estados Nacionales.
3. Ajuste estructural, pobreza y estrategias alternativas de desarrollo.
4. Reformas del Estado, políticas públicas y gasto social.
5. Reforma social, procesos electorales y transición a la Democracia.
6. Violencia política, exclusión, gobernabilidad y derechos humanos.
7. Políticas Educativas, Ciencia y Tecnología.
8. Políticas de Salud y Seguridad Social.
9. Dinámica demográfica y movilidad social.
10. Cultura política, información y comunicación de masas.
11. Migraciones y fronteras.
12. Ciudades Latinoamericanas: modernización y pobreza.
13. El mundo del trabajo: de la fábrica a la informalidad.
14. Crisis agropecuaria, globalización y alternativas campesinas.
15. Medio Ambiente y Desarrollo Sustentable en el contexto urbano y rural.
16. Desigualdad Regional, autonomía o integración nacional.
17. Género, sexualidad y familia.
18. Violencia y políticas democráticas de seguridad pública.
19. Esfera pública y organizaciones no gubernamentales.

La participación directa de profesores, investigadores y demás profesionales del área se dará mediante el envío de la solicitud de inscripción (con título y síntesis de 10 líneas de la ponencia que ha de ser presentada) ante el Comité Organizador. La entrega de las ponencias será antes del día 30 de Junio de 1997. De acuerdo con la diversidad de trabajos recibidos, pueden ser organizadas otras comisiones. Para mayor información pueden comunicarse al (5511)-8183724; (6611) 8183780.  
Fax: (6611) 211209618184606.  
e-mail: alasxxi@usp.br

**Carlos E. Guzmán Cárdenas**



## LA MUERTE DE UN GRAN PEDAGOGO LATINOAMERICANO

A los 75 años de edad, en Sao Paulo y en el mes de mayo, murió el pedagogo brasileño Paulo Freire.

En una revista latinoamericana, como la nuestra, especializada en el estudio de las comunicaciones desde "una perspectiva crítica y alternativa", no podemos no estar profundamente conmovidos por la desaparición física de este gran maestro que planteó una verdadera revolución de las comunicaciones a lo interno de la propia escuela y entre ella y su entorno social.

El creador de la "Pedagogía de la liberación" escribió más de 25 libros sobre temas educativos. Entre ellos destacan *Concientización y alfabetización* (1963), *La educación como práctica de la libertad* (1967) y, sobre todo, *Pedagogía del oprimido* (1969).

Había nacido en Recife, Brasil, en septiembre de 1921. Tras licenciarse en Derecho, orientó definitivamente su vida a educar y, sobre todo, a orientar y reorientar los procesos educativos. Director de Campañas de Alfabetización, promotor de Centros de Cultura Popular, animado de nuevas experiencias de "Educación de Base" por toda América Latina, en 1980 y después de un largo exilio se afincó en la ciudad de Sao Paulo, en cuya Universidad Católica venía impartiendo clases de Historia y Filosofía de la Educación. Premio UNESCO de Educación por la Paz, era Doctor "Honoris Causa" por varias Universidades del mundo. Una de las figuras más representativas del Brasil de esta segunda mitad de siglo.

Gran pérdida para todos los oprimidos de la tierra. Por compensación, los aportes fundamentales de Freire mantienen plena vigencia y seguirán siendo fuente de inspiración para todos los movimientos empeñados en propiciar una educación entendida como práctica de libertad y liberación.

**José Ignacio Rey**



## TELECOMUNICACIONES Y LIBRE MERCADO

Después de dos largos años de conversaciones y negociaciones, unos 70 países, dentro del marco de la Organización Mundial del Comercio, llegaron finalmente en febrero de este año a un acuerdo básico para el libre comercio de las telecomunicaciones (servicios telefó-

nicos, fax, transmisión de datos, etc.). El obstáculo mayor provenía del hecho de que los Estados Unidos condicionaban su entrada al pacto a la mejora que en su oferta realizaran además de Canadá (principal socio comercial de EEUU), México y Corea del Sur.

Al margen de su impacto social y político escala mundial, el acuerdo es de por sí importante, aunque sólo se tome en cuenta que el mercado global de las telecomunicaciones puede generar en un año ingresos superiores a los 750.000 millones de dólares.

Los optimistas pronostican también que el acuerdo logrado beneficiará, sobre todo, a los usuarios de esos servicios. Por ejemplo, el costo de una comunicación transatlántico es de dos centavos de dólar por minuto y en la actualidad el consumidor europeo paga dos dólares por minuto para llamar a EEUU. Una llamada desde la India, incomprensiblemente, cuesta 29 veces más que desde los Estados Unidos.

Esas previsiones suponen una efectiva y más que dudosa competencia real. La imposición en el mercado de las más grandes compañías transnacionales, con la eliminación virtual de las otras más débiles, no aleja el peligro del monopolio real.

Por otra parte, suprimida cualquier barrera y en términos de impacto social y político a escala mundial, un único mercado de las telecomunicaciones lejos de respetar y propiciar la rica pluralidad de las expresiones culturales, puede acabar imponiendo de hecho también, en perjuicio de los débiles, una única "cultura global" y un «pensamiento único». El riesgo está latente.

**José Ignacio Rey**



## EXPRESION Y LIBERTAD SEGUN PETKOFF

El debate nacido al calor de las declaraciones del ministro Teodoro Petkoff sobre el papel que podrían tener los anunciantes en los medios, soslayó -no sin intención- el tema de fondo al cual apunta lo señalado por el fundador del Movimiento al Socialismo (MAS). En síntesis, Petkoff resaltó el poder que pueden ejercer los anunciantes (es decir los empresarios privados y el Estado) al incluir anuncios publicitarios en determinado medio de comunicación. La tesis del ministro es que los anunciantes también pueden ejercer su legítimo derecho al no respaldar ciertas líneas editoriales o programaciones radiotelevisivas.

Podría compartirse la crítica de Petkoff en torno al poder -absoluto y sin

control- que ejercen los medios en el país, pues constatamos que los defensores de la libertad de expresión en las reuniones de la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP), por ejemplo, aplican los mismos métodos coercitivos a su interior, llegan a negar la posibilidad de avisos pagos y no saben lo que es un espacio para que un ciudadano (cualquiera) pueda ejercer el derecho a réplica, cuando una información lo alude o afecta. Sin duda, esos medios que denuncian las cortapisas gubernamentales sobre la libertad de expresión, no son precisamente el mejor ejemplo de ésta, al menos en Venezuela.

Empero, la coincidencia con el ministro tal vez debamos detenerla en ese punto. El incita a que los empresarios actúen en su "legítimo derecho" y es allí donde nos distanciamos, pues esos anunciantes, que como indicábamos fundamentalmente son los empresarios privados y las propias instancias oficiales, en difícil medida tendrían un criterio ecuánime para orientar las horas de televisión o páginas de diarios con sus avisos. Hablamos de los mismos anunciantes que cuando como empresarios actúan -por ejemplo- dejaron de aportar cotizaciones a figuras del bien público como el seguro social o la política habitacional (o resultaron cómplices en la gigantesca crisis bancaria) y son precisamente los mismos que piden emprender las reformas económicas con sacrificios para todos los venezolanos pero mantienen el cinturón sin apretárselo.

Aunque este tema de los medios, su poder y la libertad de expresión constituye una constante en discursos y pronunciamientos oficiales (tendrá un punto culminante en la Cumbre Iberoamericana de Margarita), durante el mandato de Rafael Caldera el paso decisivo no se ha dado o no ha tenido la importancia que pudo tener, en el sentido de propiciar mecanismos públicos (desde la sociedad, desde sus instancias de organización, desde la legislación en la materia) para un uso mayoritariamente democrático de los medios. Es tarde, se ha repetido la misma historia de adjudicaciones a dedo, de preferencias publicitarias y de rencillas personales, todo ello trasladado a decisiones de Estado.

Caldera y Petkoff anhelan el halago permanente de los medios, éstos aspiran a seguir en su juego señalando sin ser señalados.

**Andrés Cañizález**



Una estela de polémica dejó en su paso por Caracas el semiólogo hispano-francés Ignacio Ramonet, director de *Le Monde Diplomatique*, por sus contundentes y variadas apreciaciones en torno al desarrollo de las comunicaciones, el periodismo y las nuevas tecnologías en el mundo de este final de siglo.

En este espacio -breve- más que apuntar en alguna dirección crítica sobre lo dicho por Ramonet (para tal caso se pueden leer los artículos de Roberto Giusti y Carlos Raúl Hernández, diario *El Universal* en sus ediciones del 13-05-97 y 12-05-97, respectivamente), deseamos resaltar algunos de los aspectos planteados por el intelectual, calificado de "anacrónico" y "anticuado" por Giusti y Hernández.

En una conferencia de prensa, previa a la presentación de un libro con una ponencia suya, ya Ramonet esbozó el 05-05-97 los aspectos cruciales de su preocupación y reflexión sobre el rol de los medios, los periodistas y las nuevas tecnologías. De hecho, delineó tres fenómenos que marcan la práctica periodística actual: la abundancia informativa, la instantaneidad y la información como mercancía. Como ejemplo concreto de lo primero -y desde su propia experiencia como director de *Le Monde Diplomatique*- apuntó: "Los medios publican 20 por ciento de la información que recibe por distintas vías, ¿con qué criterio seleccionamos lo que sale publicado? Cada vez es más difícil informar pero también estar informado".

Sobre lo segundo, "el proyecto de la información hoy día es hacer que cada ciudadano sea el espectador de un acontecimiento que se desarrolla ante sus ojos, esto plantea para el periodista (en especial el de medios impresos) una dificultad nueva, que es el analizar una información instantánea. Para mí periodista significa analista de un período, mientras que hoy los periodistas tendrían que ser instantaneístas, es decir, los analistas de los instantáneo y eso es prácticamente imposible". Mientras que sobre el tercer elemento, "la información tiene valor en la medida en que suscita interés en un gran número de personas, más que su relación con la verdad".

Un día después, el 06-05-97, prosiguió su línea de cuestionamiento hacia el llamado pensamiento único, cuando ante un grupo de periodistas de *El Nacional*, se preguntó: "¿Qué es la verdad? La verdad es cuando la prensa, la radio y la televisión dicen lo mismo". En ese mismo escenario, como lo relata Yelitza Linares,

dejó un clima de pesimismo, cuando les dijo "La función del periodista como mediador se está degradando. La información es cada día más industrial, y no es el caso de Venezuela, pero los informantes han perdido su autonomía y se han degradado intelectualmente. Han quedado para reescribir las informaciones que reciben de las agencias".

Un aspecto crucial, el de la propiedad de los medios y su interrelación con otras esferas de la economía, también tuvo una lectura de Ramonet y para ello colocó el ejemplo de la participación accionaria del conglomerado de Walt Disney en la cadena televisiva estadounidense *NBC*, "en cuyo noticiario nunca se dirá nada crítico contra las mil y una empresas que tiene Walt Disney", esto lo lleva a concluir: "La libertad de prensa es un concepto que está cada vez más vacío. Los dueños de la información pueden tener cada vez mayor influencia en el contenido de esa información".

Alumno de Roland Barthes y de Christian Metz, Ramonet presentó el libro *Siglo XXI: El futuro de la comunicación*, el cual integran una ponencia suya, una de Tulio Hernández y otra de Armand Mattelart, que presentarán en 1995, en un seminario en el Centro Rómulo Gallegos. Igualmente protagonizó a través del foro Venezuela de Compuserve y en una sala del Ateneo de Caracas la conferencia interactiva "La crisis de fin de siglo: la sociedad en el umbral de un nuevo tiempo".

**Andrés Cañizález**



## Sociedad y televisión

Varios autores

Editado por ODCA y Fundación Konrad Adenauer  
Caracas, 1996

La televisión es una de las invenciones más importantes de todos los siglos. Nos incorporó y masificó seductoramente dirían algunos críticos. Otros la calificarían de alienación, hipnotismo y hasta de idiotización. Más allá de la crítica, consideramos que la tesis que se impone hoy es la revisión, la autocrítica. ¿Es la televisión mala per se, o son los que la manejan los culpables del actual funcionamiento?

¿Están los mensajes que transmiten los medios de comunicación ayudándonos realmente a formar un ser inteligente, pensante, lógico? La relectura es inaplazable. El compromiso final es de todos, sin excepción.

Buena parte de las caracterizaciones y distinciones de carácter social, cultural, religioso, étnico son vistas, recibidas y producidas allí, en los medios y vendidos por las Industrias Culturales. A través de una pantallita que presencia la alegría, la tristeza, la soledad, la depresión, lo inverosímil, lo trivial...

La sociedad pasa, afirma Marcelino Bisbal (*La Mirada Comunicacional*, 1994), a ser reflexionada en términos de comunicación-cultura. Según Bisbal, todo ese gran caudal de información proveniente de las nuevas tecnologías nos obliga prácticamente a entender "signos distintos y más complejos que los de antes, porque las gentes y sus prácticas cada vez más se mueven a partir de esa comunicación-cultura y de esas nuevas tecnologías".

Interesados por descubrir y, ¿por que? redescubrir, cómo se conjugan esos dos elementos: Sociedad y Televisión, se llevó a cabo el Seminario Internacional "Sociedad y Televisión" el 7 y 8 de junio de 1996. El evento fue programado por la Organización Demócrata Cristiana

de América-ODCA- y la Fundación Konrad Adenauer.

La experiencia de compartir con respetables invitados nacionales y foráneos nos deja la tranquilidad de saber que hay mucha gente interesada y dedicada a brindar opciones. Gente dispuesta a formar las generaciones futuras que se encargarán de conducir la Sociedad y la Televisión.

El temario del libro abarca: *La influencia de la televisión en la formación de actitudes, conductas y creencias* (Alfredo Keller); *Los contenidos de la programación* (Eleazar Díaz Rangel); *La alternativa de servicio público en la radio y TV no gubernamental* (Elizabeth Safar); *Los reclamos de cultura y ética frente a los comunicadores sociales* (Marta Colomina); *La televisión y derechos del ciudadano* (Adolfo Herrera); *El derecho de la Sociedad en frente de la televisión visto desde la situación en Alemania* (Dr. Gerhard Kutzner); *La televisión: Un medio de comunicación responsable* (Eugenio Merlano de la Ossa); *Brasil: Una televisión sin espacio para el ciudadano* (Fernando Pachecho Jordao); *La televisión pública en Argentina* (Edmundo de San José Mera); *La televisión dentro de un nuevo proyecto social. Una experiencia costarricense* (Javier Solís); *Los derechos de la sociedad frente a la televisión* (Dr. Jeremiah O'Sullivan Ryan-PhD); *Televisión y mediciones comunicaciones: nuevos escenarios para la vida -u hoy la vida transcurre en un paisaje cultural distinto-* (Marcelino Bisbal); *Asociaciones de Televidentes o suscriptores como instancia de regulación e intercambio* (Edgar Belfort); *La televisión infantil un espacio patrocinable en televisión* (María Cristina Capriles).

Elizabeth Pérez

**Nuevos libros de la colección Canícula: Se enriquece la bibliografía venezolana sobre comunicación y arte**

En 1992 nació el Premio Carlos Eduardo Frías a la excelencia en Trabajos de Grado sobre Comunicación y Arte. Desde ese entonces para acá ya son un total de catorce los libros publicados dentro de la Colección Canícula. Podemos decir entonces, que esta pequeña editorial, pero grande en ambiciones, ya tiene sus frutos: dos libros en la primera edición del Premio; cinco libros en la segunda edición; siete libros en la tercera edición y cinco nuevos títulos que acaban de dar a la luz como resultado de la cuarta edición. Y nos informan que los de la V Edición ya están casi listos y a punto de salir de imprenta.

El Dr. Fernán Frías, vicepresidente de la Fundación Carlos Eduardo Frías; nos dice "que este es el compromiso editorial que dentro de la Fundación se ha contraído con la nueva generación, en nombre de los hombres y mujeres que nos movemos en el vasto mundo de la comunicación". ¡Y vaya que es un compromiso!

Los cinco libros, que vamos a comentar a continuación, son producto del Premio Carlos Eduardo Frías y representan el esfuerzo de unos jóvenes profesionales que decidieron que ellos "tenían derecho a soñar", tal como reza el slogan de presentación de la Fundación. Sólo restaba un empujón, el cual ha logrado que poco a poco se vaya haciendo realidad la Colección Canícula que tiene como objetivo "ir enriqueciendo el fondo bibliográfico venezolano sobre comunicación y arte".

Aquí están los comentarios...

**González, María Alejandra Salas, Alba**  
**EL CENTRO COMERCIAL COMO ESCENARIO PARA LA COMUNICACIÓN.**  
Una exploración mercadotécnica

El texto sigue una muy particular línea de investigación, al menos en nuestro contexto: la idea y realidad del consumo desde la perspectiva de los procesos de comunicación y recepción de bienes simbólicos. Se plantea, y vaya que lo logra, un estudio de carácter

exploratorio-descriptivo que tuvo como objeto indagar sobre las relaciones comunicacionales generadas en torno al consumo. La investigación se desarrolla en un espacio como el Centro Ciudad Comercial Tamanaco en virtud de la amplitud de oferta de espacios idóneos para el consumo y la comunicación. El trabajo, ahora en forma de libro, nos ofrece la perspectiva del consumo y su valor, pero no desde el "determinismo" económico, sino desde la racionalidad socio-cultural. Se trata de un brillante ensayo, apoyado en una minuciosa investigación de campo con técnicas cualitativas de indagación, que sigue la línea de lo apuntado en México por Néstor García Canclini, en Colombia por Jesús Martín Barbero, en Chile por José Joaquín Brunner y otros que han ampliado el campo de la reflexión comunicológica por nuevas vías y escenarios.

**Reyna Expósito Molina**  
**Vanessa Archila Cruz**  
**Marta Fiore Espósito**  
**MIENTRAS EL UNIVERSO**  
**EXISTA. LAS**  
**TELECOMUNICACIONES**  
**POR SATÉLITE**  
**EN VENEZUELA.**

Un trabajo/texto que hacía falta en nuestro medio. Cuántos datos dispersos sobre este vasto mundo de las telecomunicaciones, cuánto recorte de prensa perdido en los archivos, cuántos libros que no se logran ubicar y cuántos documentos-discursos-proyectos-diagnósticos a los cuales el lector interesado no puede acceder. La investigación, de tipo documental, logra poner orden dentro de este gran desorden que es en nuestro país ubicar las referencias para una investigación: en este caso, el desarrollo de las comunicaciones por satélite en Venezuela. El libro empieza por el proceso histórico-evolutivo de la utilización de sistemas satelitales en el país, la normativa jurídica nacional que rigió al sector, los intentos regionales por adquirir satélites propios, y finalmente las posibles implicaciones económicas. La declaración final del texto es clara: "en vista de lo disperso de los estudios en torno a los satélites comunicacionales en Venezuela, este trabajo de investigación busca actualizar y reunir los aspectos más importantes relacionados con estos medios transmisores y convertirse en un punto de referencia para posteriores investigaciones". ¡Vaya que lo logran!

**Ana María Vass**  
**María Manuela Martínez**  
**VIDEO-ARTE: EXPRESIÓN**  
**DE LA POSMODERNIDAD**  
**APLICADA AL ARTE.**

El Videoarte constituye una forma de expresión artística que incluye al video dentro de una muy particular propuesta estética. Así nos lo hace saber esta obra, pero también expresa que él mismo no se explica y no se entiende sino dentro de un momento de época, es decir eso que llaman la posmodernidad. Nos ofrece una sistematización de la historia del videoarte en Venezuela, haciéndonos transitar por nombres y obras, por trabajos y críticas, por distintos tipos de videoarte... Pero el texto no se conforma con armarnos el "mapa" de esta peculiar forma de concebir al arte, sino que quiere ir más allá. Le pregunta a los expertos sobre el arte, la estética y el paradigma estético presente en el videoarte; pero también indaga en el perceptor su opinión y sus criterios como "experto" que se transforma ante el video y la obra que se le ofrece. Al final resulta un indispensable libro para entender este espacio nuevo del arte, este contenido novedoso del arte de esta época. Especialistas y "curiosos" encontrarán en estas páginas referencias vivas y en acto de esta nueva realidad intelectual y artística que constituye el video-arte.

**Markel Méndez R.**  
**Vicglamar Torres L.**  
**MIRANDO**  
**AL DRAMATURGO DESDE**  
**EL TENDIDO DE SU OBRA.**  
**ACERCAMIENTO**  
**A RODOLFO SANTANA.**

Hasta la entrada del libro, valga decir, la introducción y el prólogo constituyen una sabrosa pieza de lectura. Así sucede por igual con el resto del trabajo. Llama la atención la forma tan peculiar de adentrarnos al mundo del teatro, y en especial a un dramaturgo nuestro como Rodolfo Santana. Nos va conduciendo el texto, como si fuera una "fiesta brava" desde "la llegada a la plaza", pasando por el "público" ubicándose en los tendidos hasta el triunfo total y brillante faena del torero, en este caso Rodolfo Santana. El libro intenta descubrir a un hombre, a un dramaturgo y como nos dicen los autores: "fue una cita a ciegas.

Se quebrantaron todos nuestros esquemas, petrificados bajo la luz del asombro fuimos embestidos por un toro. Un miura de casta noble, que no era otra cosa que la obra de Santana". El estudio se centra, después de presentarnos al autor de carne y hueso, desnudo ante las cámaras y las cuartillas, en Mirando al Tendido porque "fue la avispa negra que picó la sangre de la luz" y así llegar al encuentro de una etapa del teatro venezolano por intermedio de la mano de Rodolfo Santana, en donde convergen la faena de sus innumerables obras como acto de creación teatral.

**Ada Hernández Domínguez**  
**...Y VIMOS AL "RONQUITO"**  
**HABLAR. NOTICARIOS**  
**CINEMATOGRAFICOS**  
**DEL MOP EN TIEMPOS**  
**DE LÓPEZ CONTRERAS**

No se trata solamente de indagar cómo los noticieros cinematográficos del Ministerio de Obras Públicas (MOP) de la época fueron instrumento para la consolidación del poder político en tiempos de López Contreras. Allí hay historia política de un momento en la vida del país, pero sobre todo y muy especialmente hay historia del noticiario cinematográfico y del Cine Nacional. El Laboratorio Cinematográfico Nacional, adscrito al MOP, será una semilla del acontecer de nuestro cine, pero también un excelente medio de propaganda política desde 1936. La autora llega a la conclusión de que López Contreras fue una "pieza" clave en la transición política del país, pero también en la transición comunicacional. Durante ese período el proceso comunicacional que se desarrolla "no corresponde ni a las características democráticas ni a las totalitarias, sino que es un híbrido entre momentos de represión y apertura a ciertas posibilidades de expresión". Ya al final, el texto nos descubre afirmando "como la recurrencia de mensajes cinematográficos que tratan de significar el apoyo (...) de los más importantes sectores nacionales(...), expresan la importancia que pudo tener el noticiario producido por el Ministerio de Obras Públicas para el mantenimiento y consolidación del poder político". Se trata de un libro de historia política y comunicacional de una etapa de vida del país.

**Marcelino Bisbal**



# LEGARDA URIARTE, JOSÉ MARÍA (1995)

## La protección de los derechos de las personas frente al impacto de las nuevas tecnologías de la información

LEIOA. UPV/EHU.

### Nuevas Tecnologías y Derecho

Pocas veces desde el ámbito de la comunicación se abordan cuestiones como las que suscita el profesor Legarda en este libro, esta excepcionalidad lo convierte en una empresa arriesgada, pero también por esto mismo resulta atractivo.

El primer elemento destacable de la obra es su propuesta metodológica, no me refiero a las consideraciones realizadas, en este sentido, en el apartado correspondiente que siempre adolecen de un carácter protocolario, sino de lo que se explicita en el contenido de la investigación.

La opción sin reservas por una aproximación multidisciplinar es siempre de agradecer, máxime para quienes nos acercamos a cuestiones y ámbitos sólo recientemente incorporados a nuestras preocupaciones. Se ha pretendido, en mi opinión, en esta obra establecer intelectualmente un espacio común entre la sociología, la comunicación y el derecho, que debiera ser la base de partida para cualquier aproximación a la cuestión.

Sentada esta primera coincidencia, me interesa señalar los problemas que se detectan en una materia tan compleja, como las nuevas tecnologías y su impacto social, en el uso de una metodología multidisciplinar.

Posiblemente, tanto capítulo I. 2, dedicado al impacto social de las Nuevas Tecnologías, como la parte II, expresan una dificultad de integración de las perspectivas sociológicas y jurídicas en el discurso de la obra.

A menudo se da la fragmentación de la dimensión sociológica y esta puede parecer esencialmente descriptiva. La distinción, aislada, entre la automatización industrial y la robótica y la sociología industrial es quizás difícil de entender. Ambas proponen el problema de los cambios en la organización de la producción, el fin de la producción en masa fordista y la institución por un nuevo paradigma, el de la especialización flexible. Esta es sin duda una de las cuestiones capitales en las relaciones industriales del Estado post-social. Es posible, como sucede en estos casos, que nos encuentre-

mos con un problema de elección que obligaría a desatender gran parte de otras cuestiones planteadas, perdiendo perspectiva global en el planteamiento.

Respecto a la parte más directamente relacionada con los problemas jurídicos, tanto la definición de los problemas, como los conceptos usados no se extraen de la tradición jurídica, sino que se formulan externamente a este ámbito. La relación mundo jurídico-nuevas tecnologías se establece a través del ámbito social; sin embargo, la información jurídica es bastante completa, sobre todo desde el punto de vista jurisprudencial.

El elenco de las cuestiones es excesivamente amplio y aborda aspectos, que aunque inscritos en el ámbito personal, resultan dispares entre sí y con problemas específicos muy diferentes, confirmando que la perspectiva jurídica resulta importada funcionalmente para el tratamiento de los problemas que se quieren evidenciar.

Gonzalo Maestro

## Signo y pensamiento

Esta revista es un espacio para la exposición y debate de diversas miradas sobre el campo de la comunicación tanto en lo teórico e investigativo como en la dimensión expresiva.

**Suscripción:**  
(dos números al año)

**Colombia:**  
1994, pesos 7.500  
1995, pesos 9.000

**Extranjero:**  
1994, US\$ 20  
1995, US\$ 25

**Información:**  
**Signo y Pensamiento**  
Facultad de Comunicación Social  
Cra. 7a N° 43-82.  
Edificio Angel Valtierra,  
piso 7. Tel. 2883788  
Fax: 2871775  
Santafé de Bogotá

FACULTAD DE COMUNICACION SOCIAL • UNIVERSIDAD JAVERIANA

## REPERTORIO DE REVISTAS LATINAS DE COMUNICACION Y CULTURA

¡Una nueva publicación de la Unión Latina con valiosísima información!

Directorio actualizado que reseña 308 revistas de 22 países latinos, proporcionando los datos principales de cada revista y una cuidadosa descripción de ella (tiraje, precio, periodicidad, descripción física, autoridades principales, descriptores de contenidos, etc.)

### COSTO

América Latina	US\$ 25*
Europa	US\$ 40*
Otros países	US\$ 50*

\* No incluye gastos de correo

Correo certificado: US\$ 25 • Correo privado (DHL): US\$ 52  
Dirigirse a: Oficina de Unión Latina en Lima, Miguel Dasso 117, piso 15 - Lima 27.  
Tel y fax: (5114) 400807 Apartado postal: 18-1494-Lima 18. Perú.

Hacer una transferencia a la cuenta corriente en dólares a nombre de Unión Latina (Banco de Crédito del Perú N° 500-636-138), adjuntar copia del comprobante a su solicitud y remitirlo a Unión Latina.

# Legislación sobre propiedad intelectual\*

Ricardo Antequera Parilli

La legislación venezolana<sup>1</sup> confiere protección a los derechos sobre las invenciones, denominaciones, marcas, lemas, obras científicas, literarias y artísticas. Estas áreas constituyen los objetos de protección de la propiedad intelectual, en su dos vertientes: propiedad industrial y derechos de autor.

## MARCO LEGAL DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL EN VENEZUELA

Venezuela cuenta con una legislación bastante amplia y competitiva para la protección de los derechos de propiedad industrial. Existen varios textos legales para la regulación específica de este tema.<sup>2</sup> Ellos son: el Convenio de París;<sup>3</sup> el Acuerdo sobre los Aspectos de Propiedad Intelectual Relativos al Comercio, comúnmente denominado TRIP'S por sus siglas en inglés;<sup>4</sup> el capítulo XVIII del Acuerdo de Liberalización Comercial entre México, Colombia y Venezuela,<sup>5</sup> conocido como Grupo de los Tres (G-3); la Decisión N° 344 sobre Propiedad de la Comisión del Acuerdo de Cartagena,<sup>6</sup> y la Ley de Propiedad Industrial,<sup>7</sup> en aquello que no contradiga a la Decisión Andina o sobre lo que ella no haya legislado, dado que esta última se aplica con preferencia a la de Propiedad Industrial.

Las figuras protegidas en Venezuela, tomando en cuenta los acuerdos y leyes señalados anteriormente, son las patentes de invención, los modelos de utilidad, los diseños industriales, los secretos industriales, las marcas, los nombres comerciales, las denominaciones de origen y los circuitos integrados.

### Patentes de invención

La definición de "invención patentable" se presenta en forma completa en la Decisión Andina N° 344, la cual incorpora no sólo los elementos de novedad y aplicación industrial, sino también la altura o nivel inventivo y aclara, además, que la invención puede tratarse de productos o servicios. Se excluyen de patentamiento las siguientes invenciones:

Las especies y razas animales y los

procedimientos esencialmente biológicos para su obtención.

Las que sean contrarias a la salud.

Las relativas a materias que componen el cuerpo humano.

Los medicamentos considerados como genéricos por la Organización Mundial de la Salud.

*Duración de la patente.* El período de protección de la patente se extiende a veinte (20) años, desde la fecha de presentación de la solicitud. Esta medida tiene un significado especial porque se ajusta a la tendencia de dar uniformidad a los lapsos de duración a nivel mundial.

La prioridad<sup>8</sup> de la solicitud de patentes también está contemplada y se especifica que en el caso de una invención lograda por varias personas que hubieran realizado un trabajo conjunto, el derecho corresponde en común a todos los participantes.

*Requisitos y trámite de la solicitud.* En los Artículos N° 13 y N° 14 de la Decisión Andina N° 344 se indican taxativamente los requisitos que debe contener la solicitud de patente para su admisibilidad y los documentos que deben presentarse, eliminando, así, la discrecionalidad administrativa en el proceso de recolección de documentación.

Es innovadora la disposición relativa a las invenciones de "materia viva", por cuanto, al dificultarse su descripción, deberá realizarse el depósito de ésta en una institución autorizada por el Servicio Autónomo de Registro de la Propiedad Industrial (SARPI). En principio, estas instituciones podrán ser el Instituto Venezolano de Investigaciones Científicas (IVIC), o el Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Tecnológicas (CONICIT).

Dentro del procedimiento, tanto el peticionario como el SARPI podrán demandar la modificación de la solicitud, siempre que ello no implique una ampliación de la invención. Adicionalmente, puede requerirse la transformación de la solicitud en otra modalidad de protección de la propiedad industrial (modelo de utilidad, diseño industrial, patente de invención de producto o proceso) para

amparar el mismo objeto.

El peticionario es autorizado para fraccionar su solicitud en dos o más solicitudes, siempre que no amplíe la invención originalmente presentada. Sin embargo, las modificaciones consignadas deberán realizarse antes de la respectiva publicación, para las observaciones de terceros.

A los efectos de la revisión de forma de la solicitud, se establece un lapso de quince (15) días para que el SARPI formule las observaciones pertinentes, en caso de que los recaudos no fueran presentados a cabalidad. De no subsanarse este error, la solicitud se considerará abandonada.

Concluido el lapso de revisión de forma se procede, dentro de los dieciocho (18) meses siguientes a dicho examen, a las observaciones por terceros, ya que, a partir de la publicación, la solicitud adquiere carácter público.

Posteriormente, el SARPI pasa a realizar el examen de fondo, haya o no observaciones. Para esta evaluación, podrá solicitar informes de expertos u organismos científicos o tecnológicos sobre la novedad, nivel inventivo, y aplicación industrial de la invención. Concluido este procedimiento, se procederá o no al otorgamiento de la patente.

*Derechos conferidos por la patente.* El alcance de la protección de la patente está determinado por las reivindicaciones realizadas por el peticionario y su interpretación se basa en la descripción, dibujos, planos, o material biológico del caso planteado.

El titular podrá hacer valer su derecho frente a un tercero, que, sin o autorización, explote la invención. Se entiende por explotación toda forma de uso, distribución, comercialización e inclusive importación del invento que pueda realizarse en cualquiera de los países del Pacto Andino. Sin embargo, este derecho está limitado en los casos en que su utilización tenga lugar en el ámbito privado y a escala no comercial u ocurra con fines no lucrativos, científicos o académicos.

*Acciones del titular de la patente.* El

titular de la patente, o aquel a quien se le haya cedido el derecho, está facultado para iniciar acciones indemnizatorias o reivindicatorias, de acuerdo a las disposiciones de la Decisión N° 344 de la Comisión del Acuerdo de Cartagena y el Código Civil, contra la persona que sin su consentimiento hubiere explotado el producto o el procedimiento.

Existe una presunción, salvo prueba en contrario, de que todo producto idéntico, producido sin la autorización del titular de la patente, ha sido obtenido mediante el procedimiento patentado. En el caso de la patente de procedimiento, se invierte la carga de la prueba. Queda a cargo del demandado el deber de probar que el procedimiento es diferente al patentado.

### Modelos de utilidad

La Decisión N° 344 incorpora a la normativa la figura de los modelos de utilidad, definidos como toda nueva forma, configuración o disposición de elementos de algún artefacto o instrumento que permitan un mejor o diferente funcionamiento de aplicación industrial. De acuerdo con esa definición no se consideran modelos industriales las esculturas, pinturas, grabados, obras de arquitectura o cualesquiera otros objetos meramente estéticos.

La duración de la protección para esta figura industrial es de 10 años. Estos parámetros de protección se encuentran armonizados con el TRIP'S.

El Acuerdo del G-3, por su parte, no incluye ninguna disposición relativa al tema de las patentes de invención como modelos de utilidad y diseños industriales, lo cual deja a estas figuras sin regulación específica dentro de este acuerdo trilateral. Sin embargo, entre Venezuela y Colombia se aplican las disposiciones de la Comunidad Andina relativas a esta materia.

### Diseños industriales

Los diseños industriales han sido definidos como cualquier reunión de líneas o combinación de colores o cualquier forma externa bi o tridimensional, que se incorpore a un producto industrial o de artesanía para darle una apariencia especial. No son protegibles bajo esta figura los diseños que correspondan a indumentaria y aquellos comprendidos dentro de la protección marcaria.

Un diseño industrial no es novedoso si, antes de la solicitud o de la prioridad, ha sido del conocimiento público, es decir, ha sido objeto de publicaciones en revistas, exposiciones, etc. Para la concesión de registro de un diseño industrial se aplica el mismo procedimiento que debe seguirse para la concesión de una patente de invención.

Dado que la figura del modelo de

utilidad y la patente de invención son ciertamente similares, aun cuando no iguales, es claro que los derechos concedidos tienen el mismo origen y es por ello que deben tomarse en cuenta las consideraciones anteriormente expuestas sobre el tema de los "derechos conferidos".

### Secretos industriales

Por primera vez se establecen disposiciones sobre este aspecto al conceder protección contra la revelación, adquisición o uso de un secreto a quien tenga lícitamente su control.

La normativa concibe el secreto industrial como aquel que está referido a la naturaleza, características o finalidades de los productos, o a los medios de producción, distribución o comercialización de productos o prestación de servicios.

La información considerada como secreto industrial deberá constar en documentos, medios electrónicos o magnéticos o alguna forma similar, con el fin de lograr cierta capacidad tangible a los fines de una eventual demanda por divulgación del secreto.

En virtud de la naturaleza de este derecho, el lapso de protección no está determinado expresamente por la ley, ya que se extenderá en la medida en que se conserve como secreto industrial.

El secreto industrial puede ser transmitido mediante contrato escrito que contenga las llamadas "cláusulas de confidencialidad", en las que se especificará claramente el objeto de protección.

Dado que la legislación venezolana no prevé regulación específica sobre este tipo de contrato, se aplica la normativa común de los contratos, y la Ley Orgánica del Trabajo, en caso de que la revelación del secreto opere dentro de una relación de trabajo.

Adicionalmente, la Decisión N° 344 prevé en su Artículo N° 77 la obligación de abstención de uso y divulgación del secreto industrial dentro de la relación del trabajo, sin menoscabo de las acciones que por daños y perjuicios pueda ejercer quien lícitamente tenga el control de un secreto industrial.

### Protección legal de las marcas

La Decisión N° 344 incluye el concepto de marca. La define como todo signo perceptible, capaz de distinguir en el mercado los productos o servicios comercializados. El establecimiento de la "perceptibilidad" amplía notablemente el universo de las marcas, ya que, aplicando el aforismo jurídico "donde no distingue el legislador, no distingue el intérprete", se incorporan perfectamente a esta definición nuevas modalidades, como las marcas sonoras.

Según este texto legal, no son susceptibles de protección marcaria las

formas usuales de los productos, la indicación de especie, calidad, cantidad, origen, el color aislado sin forma específica, las marcas que puedan engañar al público consumidor, la imitación de nombres, la denominación de variedades vegetales, etc.

**Marca notoria.** Otro aspecto importante de esta normativa es el reconocimiento expreso de la marca notoria. El Artículo N° 83, literal d, de la Decisión N° 344 dispone explícitamente la prohibición de registro "con independencia de la clase" para productos y/o servicios iguales o diferentes. La Decisión Andina contempla claramente una excepción al principio de especialidad de la marca, consagrado en el encabezamiento del Artículo N° 87 *eiusdem*, y logra una armonización con las disposiciones relativas a la notoriedad de la marca de servicios y productos del TRIP'S, en su Artículo N° 16.2, y con las disposiciones del Convenio de París, en su Artículo N° 6 bis.

El concepto de marca notoria ha sido adoptado, en consecuencia, acogiendo los principios establecidos en la mayoría de los Convenios Internacionales sobre este aspecto. Especial relevancia tiene el Convenio de París, el cual, en su Artículo N° 6 bis, consagra el deber de los países de la Unión de rehusar o invalidar registros que constituyan una imitación o reproducción, susceptibles de crear confusión en torno a marcas notoriamente conocidas.

Los requisitos para determinar si una marca es efectivamente notoria son:

Extensión de su conocimiento entre el público consumidor, entendido éste como el sector directamente relacionado con el producto o servicio.

Intensidad y ámbito de difusión de la marca.

Antigüedad y uso constante.

El análisis de producción de merca-  
deado del producto.

Estos requisitos no tienen carácter taxativo, sino meramente enunciativo. El SARPI podrá apelar a otros criterios generalmente utilizados, o similares a los anteriormente expuestos, para declarar la notoriedad de una marca.

**Requisitos que debe contener la solicitud de registro de marca.** En el Artículo N° 87 de la Decisión N° 344 se enumeran los requisitos que debe contener la solicitud de registro de marca: identificación del peticionario, descripción clara y precisa de la marca y de los productos o servicios que identificará y el pago de las tasas correspondientes. El incumplimiento de alguno de los requisitos dará lugar a que la solicitud se declare como no admitida a trámite.

La solicitud deberá comprender una

sola clase de productos o servicios de acuerdo al Clasificador Internacional de Niza,<sup>10</sup> el cual se aplica de acuerdo al Artículo N° 101 de la Decisión.

Esta solicitud de registro podrá ser modificada por iniciativa del peticionario o a solicitud del SARPI. Sin embargo, las modificaciones no podrán implicar cambio del signo ni la ampliación de los productos o servicios para los cuales fue hecha inicialmente.

**Examen de forma de la solicitud.** Posteriormente, el SARPI pasa a realizar el examen de forma de la solicitud. En caso de que existiera alguna omisión o defecto de forma, el SARPI notificará al peticionario para que los subsane en un lapso máximo de treinta (30) días hábiles. Si el solicitante lo requiere, podrá otorgarse una única prórroga de treinta (30) días más, al finalizar los cuales deberá corregir las fallas y, de no hacerlo, se considerará desistida la solicitud.

**Publicación de la solicitud.** Transcurrido el lapso de examen de forma, el SARPI ordena la publicación de la solicitud para que aquellos terceros que tengan legítimo interés puedan presentar sus observaciones al registro de la solicitud. La Decisión N° 344 amplía favorablemente el concepto de "legítimo interesado", al ofrecer la posibilidad a los titulares de marcas idénticas o similares de cualquiera de los países miembros de la Comunidad Andina de que presenten sus observaciones.

**Mejor derecho.** El derecho al uso exclusivo de una marca, de acuerdo al Artículo N° 102 de la Decisión N° 344, se adquiere con el registro que otorga el SARPI. No obstante, dado que, como se dijo, la Ley de Propiedad de 1955 continúa vigente en aquello en lo que la Decisión N° 344 no haya dispuesto lo contrario, aún son válidas las disposiciones relativas al llamado "mejor derecho" de la Ley de Propiedad Industrial, en virtud del cual, dentro del lapso de observaciones, es procedente alegar un "mejor derecho" en favor de un tercero.

Estas observaciones, ya sean por "mejor derecho" o por alguna otra consideración, serán notificadas al solicitante a fin de que responda dentro de un lapso máximo de treinta (30) días hábiles. Al finalizar este período, haya habido o no respuestas a los comentarios formulados, el SARPI procederá a realizar la revisión de fondo para decidir sobre la concesión o no del registro de la marca solicitada.

**Derechos conferidos por la marca.** El titular de una marca puede, en virtud del derecho concedido, ejercer acciones contra cualquier tercero que, sin su consentimiento, la use para distinguir

productos o servicios similares o idénticos. Asimismo, puede reclamar la actuación indebida que pueda inducir a error o crear confusión al público consumidor al momento de ofrecer en venta o importe el producto. No obstante, en términos generales, y sujeto a regulaciones precisas de la Decisión N° 344, los terceros pueden realizar determinados actos, siempre que su acción sea de buena fe y no constituya uso a título de marca.

La duración del registro de la marca es de diez (10) años, prorrogable indefinidamente por lapsos iguales.

**Coexistencia de marcas.** La Decisión N° 344 introduce una regulación especial para el caso de que existan en los países de la subregión andina varios registros de marcas idénticas o similares a nombre de diferentes titulares para distinguir los mismos productos o servicios. Los titulares de la marca en cuestión no podrán comercializar sus productos en el territorio donde coexista la misma marca, salvo que los titulares suscriban acuerdos de comercialización en los cuales deberá constar el compromiso de evitar crear confusión en los consumidores con respecto al origen de los productos. Estos acuerdos de comercialización deberán ser inscritos en el SARPI.

**Cancelación del registro.** La marca concedida está sujeta a cancelación del registro cuando, sin razón que lo justifique, no fuera utilizada por lo menos en alguno de los países del Pacto Andino, ya sea por su titular o por el licenciatario, durante los tres años anteriores a la fecha de solicitud de la cancelación. Son medios de prueba del uso las facturas comerciales, los inventarios de mercaderías y los establecidos en el Código de Procedimiento Civil.

**Cesión de la marca.** El titular de una marca está facultado para ceder su uso. La cesión deberá realizarse mediante documento registrado ante el SARPI. Debe tomarse en cuenta que estos contratos no pueden contener cláusulas restrictivas del comercio ni contravenir las disposiciones previstas en la Decisión N° 291 del Acuerdo de Cartagena<sup>12</sup> y el Decreto Reglamentario N° 2.095.<sup>13</sup>

**Lema comercial.** La Decisión N° 344, en su Artículo N° 118, define el «lema comercial» como la palabra, frase o leyenda utilizada como complemento de una marca y establece que el registro deberá estar sujeto a la duración de la marca a la cual será aplicada. Queda expresamente entendido que se trata de un elemento que se constituye en complemento de la marca.

La transferencia del lema comercial debe comprender el signo marcario del

cual forma parte. La Decisión sefwa que las disposiciones relativas al tema marcario le serán aplicables en aquello en lo que sea posible.

**Marcas colectivas.** El Artículo N° 123 se refiere a esta figura como una "marca que sirve para distinguir el origen o cualquier otra característica común de productos o servicios de empresas diferentes que utilizan la marca bajo el control del titular".

El registro de una marca colectiva puede ser solicitado por las asociaciones de productores, fabricantes, prestadores de servicios o grupo de empresas relacionadas. A estos fines deberán consignar ante el SARPI copia de los estatutos de la asociación, grupo de personas o empresas, indicación de las condiciones y forma como la marca debe utilizarse, así como de las reglas para su control.

Sin embargo, y sin perjuicio de lo anteriormente expresado, las marcas colectivas se registrarán, en lo que sea pertinente, por las disposiciones del capítulo V, relativo a las «Marcas».

### Denominaciones de origen

Venezuela regula por primera vez la figura de las denominaciones de origen con la Decisión N° 344. Estas quedan definidas de acuerdo al Artículo N° 129 como "...una indicación geográfica constituida por la denominación de un país, de una región o de un lugar determinado que, sin ser la de un país o región, se refiere a un área geográfica determinada, utilizada para designar un producto originario de ellos y cuyas cualidades o características se deben exclusiva o esencialmente al medio geográfico en el cual se produce..."<sup>14</sup>

Las denominaciones corresponderán en uso exclusivo a su titular, de acuerdo a la declaración que haga el SARPI. Esta declaración podrá ser de oficio o a petición de parte, considerándose como legítimo interesado, a los efectos de la concesión de este derecho, aquel que se dedique a la extracción, producción o elaboración de productos al que corresponda la denominación dentro del territorio determinado, así como las autoridades de la zona geográfica que toque a la denominación.

El lapso de duración de la declaración de derechos exclusivos para la utilización de una denominación de origen respectiva a una zona se encuentra condicionado por la de subsistencia de las condiciones que motivaron la declaración de la denominación de origen. A diferencia de la anterior, la autorización al uso de esta denominación por parte de aquellas personas que extraigan, produzcan o elaboren productos que correspondan a la denominación de origen, tendrá una duración de diez (10) años,

renovable por períodos iguales.

Se consagra protección o reconocimiento a las denominaciones de origen protegidas en otros países, las cuales no pueden ser consideradas comunes o genéricas para distinguir un producto.

## MARCO LEGAL PARA EL DERECHO DE AUTOR EN VENEZUELA

La Ley de Derecho de Autor<sup>5</sup> reconoce los derechos de los autores sobre todas las obras de ingenio de carácter creador, cualquiera que sea su género, mérito, forma de expresión y destino (Artículo N° 1). Igualmente, son reconocidos los derechos de los artistas, intérpretes y ejecutantes, productores de fonogramas y organismos de radio-difusión, conocidos en la doctrina como derechos conexos a los del autor, pero no por ello de menor importancia

### Compromisos internacionales contraídos por la República

Venezuela ha ratificado varios Tratados Internacionales en materia de derechos de Autor: la Convención de Berna para la Protección de las Obras Literarias; la Convención Universal sobre el Derecho de Autor; y la Convención de Ginebra sobre Fonogramas. El país ha adecuado su normativa interna a muchos de los principios contenidos en estos acuerdos y provee ahora una mejor tutela a los titulares de derechos en relación a las creaciones extranjeras sobre sus obras.

### Las tecnologías modernas en la Ley

El régimen legal venezolano toma en cuenta nuevas formas creativas y novedosas modalidades de explotación que han surgido. Los programas de computación, las bases de datos, las transmisiones por satélite y la televisión por cable, entre otras, son algunas de las innovaciones tecnológicas a las que la ley dedica secciones específicas.

**Los programas de computación.** Entre las creaciones protegidas merecen un comentario especial los programas de computación y las bases de datos. Se entiende por programa de computación la expresión en cualquier modo, lenguaje, notación o código de un conjunto de instrucciones cuyo propósito es que el 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 (Artículo No 17).

La incorporación de estas creaciones responde a la tendencia universalmente acogida de considerar los programas de computación como obras escritas, ya que el programa de computación, a partir del código-objeto y en la documentación

técnica y manuales de uso, se expresa por escrito, y así aparece expresamente sugerido en el Proyecto de Disposiciones Tipo para Leyes en Materia de Derecho de Autor de la Organización Mundial de Propiedad Intelectual (OWI).

**Las obras audiovisuales y las obras radiofónicas.** La Ley de Derecho de Autor sustituye la denominación 'obras cinematográficas' por la expresión 'obra audiovisual', entendida ésta como toda aquella obra 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 u otros medios de comunicación pública de imagen y sonido, con independencia de los soportes materiales de dicha obra, tales como películas de celuloide, videocintas o discos audiovisuales (Artículo N° 12).

En consecuencia, quedan comprendidas como obras audiovisuales, no solamente las cinematográficas en el sentido tradicional, sino también las expresadas en medios análogos, como las telenovelas, los videos musicales o las obras consistentes en juegos de diapositivas acompañadas de sonido.

La Ley hace mención de las obras radiofónicas, definidas como aquellas creaciones dirigidas específicamente a ser transmitidas por radio o televisión, y señala que se les aplicarán las disposiciones relativas a obras audiovisuales.

**Presunción de cesión en favor del productor de la obra audiovisual, radiofónica y de los programas de computación.** En cada una de las secciones que regulan estas formas creativas se establece la presunción de que el autor y/o coautores de la obra han cedido en forma exclusiva e ilimitada al productor el goce y ejercicio de los derechos de explotación sobre la obra. El productor puede incluso, salvo pacto en contrario, ejercer los derechos morales en la medida en que ello sea necesario para la explotación.

### El régimen de acciones civiles y penales

Las acciones previstas en la Ley de Derecho de Autor son las siguientes:

**Acción declarativa.** El titular de los derechos de explotación podrá pedir al juez que declare su derecho (Artículo N° 109).

**Acción inhibitoria.** Tiene por objeto: 1) imponer una multa una vez que se dé por comprobada la violación del derecho; 2) establecer un sistema para el cálculo de la multa cuyo monto no quede desactualizado en el tiempo debido a factores económicos como la inflación. Se toma como referencia para el cálculo de los términos mínimo y máximo de las

multas, el salario mínimo urbano que fije el Ejecutivo Nacional (único aparte del Artículo N° 109).

**Acción de destrucción y remoción.** El titular de los derechos de explotación puede obtener, de parte del juez, la orden de destrucción o retiro de los ejemplares o copias ilícitamente reproducidos e, inclusive, de los aparatos utilizados para la reproducción (Artículo N° 110).

**Acción de daños y perjuicios.** Independientemente de la sanción pecuniaria de orden civil (multa), el titular de los derechos de explotación puede obtener un resarcimiento o indemnización por los daños de orden moral o patrimonial causados (Artículo N° 109).

**Publicación de la sentencia.** A petición de la parte interesada, el tribunal podrá disponer la publicación del dispositivo de la sentencia, a costa de la parte vencida, en los periódicos que el juez indique (Artículo N° 113).

En cuanto a las sanciones penales, la reforma permite, en primer lugar, determinar y clasificar, con mayor precisión, los hechos violatorios de los derechos de autor y derechos afines que deban ser sancionados con una pena; en segundo lugar, incorporar como bienes jurídicos igualmente protegidos los derechos conexos; y, en tercer lugar, facilitar el enjuiciamiento de los presuntos culpables. Se tipifican como delito las siguientes actividades:

- La comunicación pública no autorizada (Artículo N° 119) de obras de ingenio; la usurpación del título de una obra; la distribución de ejemplares de obras del ingenio, sin tener derecho para ello; y la retransmisión de una emisión de radiodifusión sin el consentimiento del titular del respectivo derecho, serán penadas con prisión de seis (06) a dieciocho (18) meses.
- La reproducción no autorizada de obras del ingenio (Artículo N° 120), así como la introducción al país, distribución, venta o puesta en circulación de tales duplicaciones ilícitas, serán penadas con prisión de uno (1) a cuatro (04) años.
- La reproducción no autorizada de las producciones que comprenden los derechos conexos (Artículo N° 121), así como la introducción al país, almacenamiento, distribución, venta o puesta en circulación de tales reproducciones o copias, serán penadas con prisión de uno (1) a cuatro (04) años.

Las penas comentadas se aumentarán en la mitad en caso de que los delitos señalados se cometan en violación de los derechos morales que atenten contra la reputación o decoro de los titulares de derechos (divulgación no autorizada, usurpación de la paternidad o vulneración

de la integridad de la obra, producto o producción).

### Los derechos conexos

En la ley venezolana se reconocen los derechos de los artistas, intérpretes y ejecutantes, productores de fonogramas y organismos de radiodifusión, cuyas actividades están registradas en la Convención de Roma de 1961, de la cual forman parte más de 32 Estados. Con la inclusión de ellos en la reforma se evitan las contradicciones que pudieran surgir ante la protección de distintas leyes; se logra armonizar los intereses de cada uno de los sectores y se posibilita que la recaudación de los derechos económicos consagrados a los creadores, artistas por una sola entidad de gestión colectiva.

En la reforma se contempló una solución equitativa para determinar la titularidad de los derechos de explotación sobre las obras creadas bajo relación laboral o por encargo. Esta fórmula permite resguardar los intereses patrimoniales del autor, en ambos casos, y a su vez autoriza al empleador o comitente de la obra a obtener beneficios de la explotación de la creación para la cual contrató y remuneró al creador. Se reconoce así la titularidad originaria del derecho al autor empleado o contratado, pero se otorga una presunción de cesión de los derechos patrimoniales en favor del empleador o de quien na contratado la obra, según los casos, salvo pacto expreso en contrario, (Artículo N° 59).

### De los límites a los derechos de explotación

Un principio universalmente acogido reconoce que el derecho de explotación del autor es ilimitado, ya que goza del derecho exclusivo de explotar su obra en la forma que le plazca y puede sacar de ella beneficio, salvo excepción legal. Toda forma de utilización de la obra pertenece a su creador, o al titular del respectivo derecho (Artículo N° 23).

En consecuencia, a menos que una norma expresa indique lo contrario, es ilícita la comunicación, reproducción o distribución total o parcial de una obra sin el consentimiento del autor, o sus causahabientes o derechohabientes, si tal fuere el caso (Artículo N° 42).

La Ley, sin embargo, dispone algunas excepciones para las llamadas 'comunicaciones lícitas' (Artículo N° 43), entre las que destacan:

- Las verificaciones en el ámbito doméstico, siempre que no exista un interés lucrativo.
  - Las efectuadas con propósitos exclusivamente científicos y didácticos, en establecimientos de enseñanza siempre que no haya fines lucrativos.
- La situación es más compleja en cuanto a las reproducciones lícitas (Ar-

tículo N° 44), pues el avance tecnológico y la aparición de nuevos géneros creativos han facilitado la duplicación no autorizada de las obras protegidas o han estimulado el surgimiento de nuevas modalidades de reproducción, en concurrencia con el derecho de explotación del autor, razón por la cual fueron objeto de una redacción más acabada que la contenida en el texto de 1962. Entre otras, se permite entonces:

- La reproducción de una sola copia del programa de computación con fines de resguardo o seguridad (back up).
- La reproducción individual de una obra por bibliotecas o archivos, cuando ésta se encuentre en su colección permanente, para preservar la obra.
- La copia de las obras de arte efectuada para actuaciones judiciales o administrativas, en la medida justificada por el fin que persiga.

*La onerosidad en las cesiones de derechos, la alternativa de las licencias de uso y la formalidad escrita.* Como principio, en esta materia el autor goza del derecho exclusivo de explotar la obra y sacar de ella beneficio, y por ello los derechos de explotación que le corresponden pueden ser cedidos.

En cuanto está cesión de derechos, se prevé que, salvo pacto expreso en contrario, toda cesión de derechos de explotación debe presumirse onerosa (Artículo N° 50).

Se posibilita al autor o a sus derechohabientes a optar por conceder una simple licencia o autorización de uso, no exclusiva e intransferible, a cambio de una remuneración. Bajo este figura, no se transmiten al beneficiario derechos de explotación sobre la obra, sino la simple autorización

Como norma en común para ambas figuras jurídicas, se contempla la formalidad escrita de estos contratos, salvo disposición expresa de la Ley.

### Creación de la Dirección Nacional del Derecho de Autor

Responde a la necesidad de crear un organismo estatal que, además de llevar el registro centralizado de la producción intelectual, se encargue de fiscalizar las entidades de gestión colectiva; de servir de árbitro en los conflictos que se presenten entre las partes vinculadas a la creación, administración, producción o uso de las obras; en fin, de cumplir y hacer cumplir las disposiciones contenidas en la Ley.

### De las modificaciones al sistema de registro y depósito de la producción intelectual

Se mantiene el efecto meramente declarativo del registro y depósito de las obras del ingenio, razón por la cual ellas

están protegidas por el sólo hecho de la creación y su omisión no perjudica la adquisición y el ejercicio de los derechos establecidos por la Ley (Artículo N° 107). Se permite así el registro de las obras del ingenio, producto y producciones protegidos por la Ley (Artículo N° 103), norma que alcanza además el registro de las producciones que configuran los derechos conexos.

\* Texto preparado por el autor para CONAPRI (Consejo Nacional de Promoción de Inversiones). Caracas, 1996

### NOTAS

- 1 Artículo N° 100 de la Constitución Nacional
- 2 Eximn otras leyes no específicas sobre el tema pero que están relacionadas con él, como el Código Penal, la Ley de Promoción Y Protección a la Libre Competencia y el Código Civil.
- 3 Publicado en la Gaceta Oficial N° 4.882 Extraordinaria, de fecha 30 de marzo de 1995.
- 4 Acuerdo Conexo del Convenio que crea a la Organización Mundial de Comercio, firmado por Venezuela el 14 de abril de 1994 y publicado en Gaceta Oficial N° 4.929, del 30 de diciembre de 1994.
- 5 Publicado en la Gaceta Oficial N° 4.833 Extraordinaria de fecha 30 de diciembre de 1994.
- 6 Publicada en Gaceta Andina el 21 de Octubre de 1993. Entró en vigencia el 1° de enero de 1994.
- 7 Promulgada el 2 de septiembre de 1955 y publicada en Gaceta Oficial N° 25.227, de fecha 10 de diciembre de 1956. Reimpresa por haberse agotado la edición que la contiene.
- 8 Se entiende por "prioridad" la presunción *juris tantum* (aquella que admite prueba en contrario) que existe con respecto al primer solicitante y la invención para acceder a la protección primero que cualquier otro que la haya solicitado con posterioridad.
- 9 Anteriormente privaba el requisito de «visibilidad», según el cual se consideraba exclusivamente como marca aquello que podía ser captado por el sentido de la vista.
- 10 Del 15 de junio de 1957 así como sus actualizaciones y modificaciones. Este clasificador adoptado por la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OWI) contiene una extensa lista alfabética de productos y servicios que constituyen las indicaciones generales relativas a los sectores de que dependen. De acuerdo con este clasificador, los productos tenninados se clasifican según su función y destino, y las materias primas, en bruto o semielaboradas, teniendo en cuenta la materia de la cual están compuestas.
- 11 Entendido éste como un derecho adquirido por el uso o un registro previo.
- 12 Publicado en Gaceta Andina el 21 de marzo de 1991.
- 13 Publicado en Gaceta Oficial N° 34.930 del 25 de marzo de 1992.
- 14 Artículo N° 129 de la Decisión N° 344.
- 15 Publicada en Gaceta Oficial N° 4.638 Extraordinaria del 1° de octubre de 1993

# INTERCOM' 97

## Pré-congresso

I Colóquio Nafta-Mercosul de Ciências da Comunicação (29-31 de agosto)

I Colóquio Brasil-Itália de Ciências da Comunicação (1-2 de setembro, manhã)

IV Encontro Iberoamericano de Ciências da Comunicação (1-3 de setembro, tarde)

Mercado de Trabalho em Comunicação: Pesquisa Nacional NUPEM-ECA/USP (3 de setembro)

II Seminário de Inovações Científicas em Comunicação Social (3 de setembro, manhã e tarde)

VI Jornada de Iniciação Científica em Comunicação Social (3 de setembro, manhã e tarde)

III Seminário sobre as Tendências da Pesquisa em Comunicação nos Cursos de Pós-Graduação (3 de setembro, manhã e tarde)

## Congresso (3 a 6 de setembro)

Abertura: Sessão comemorativa dos 20 anos da INTERCOM (3 de setembro, noite)

**XX Ciclo de Estudos Interdisciplinares da Comunicação.** Tema Central: 20 anos de Ciências da Comunicação no Brasil: avaliação & perspectivas (4 de setembro, manhã e tarde)

VIII Encontro Nacional dos GTs de Ciências da Comunicação (5-6 de setembro, manhã e tarde)

IV Exposição Universitária da Pesquisa Experimental em Comunicação - Prêmios EXPOCOM' 97 (4-5 de setembro, manhã, tarde e noite)

III Encontro da Rede Latinoamericana de Centros de Documentação

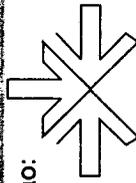
em Comunicação Social - COMNET-AL (5-6 de setembro, manhã e tarde)

XX Assembléia da INTERCOM e Posse da Nova Diretoria - biênio 98/99 (6 de setembro, noite)

## Pós-congresso (7 de setembro)

IV Encontro Nacional dos Professores de Comunicação Comparada • III Encontro Nacional dos Professores de Metodologia Científica em Comunicação • III Encontro Nacional dos Professores de Jornalismo • I Encontro Nacional dos Professores de Publicidade e Propaganda • I Encontro Latinoamericano de Jornais-Revistas-Agências-Laboratório • Fórum do Movimento Nacional pela Qualidade do Ensino de Comunicação

Realização:



# INTERCOM

Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação



# UNIVERSIDADE CATOLICA DE SANTOS

Apoio:



# Programa de Formación

## CENTRO GUMILLA

El Programa de Formación ofrece sesiones participativas de dos horas sobre cada uno de los temas de las listas adjuntas.

El grupo escoge los temas de su interés, las fechas y horas en que desea tener las reuniones, y el Centro Gumilla aporta un monitor y material de apoyo escrito para los participantes.

### CULTURA

La cultura en los barrios  
¿Qué es la modernidad?  
¿Qué es la posmodernidad?  
¿Qué es el neoliberalismo?  
La crisis de valores  
Corrupción y cultura venezolana  
Valores para salir adelante  
Los medios de comunicación social  
Radio y TV en Venezuela  
Computadores y redes  
La participación comunicacional

La necesidad de autofinanciarnos nos obliga a pedir un aporte de los grupos que toman el Programa. Para 15 personas, esto supone por cada tema un total del orden de

- Bs. 3.000 para grupos comunitarios,
- Bs. 5.000 para instituciones educativas,
- Bs. 8.000 para otras instituciones y empresas.

### TEOLOGÍA

¿Qué es la Biblia?  
Cómo leer la Biblia con provecho  
La práctica liberadora de Jesús  
Jesús y el reino de Dios  
¿Qué es espiritualidad?  
La oración  
Contemplativos en la liberación  
Criterios para la evangelización  
Los cristianos ante la política  
Lo que nos pide el país

### SOCIOPOLÍTICA

La crisis  
Barrios humanos  
La violencia urbana  
Proceso ético-político venezolano  
Nuestra cultura política  
Rentismo y populismo en Venezuela  
El sindicalismo en Venezuela  
El sector empresarial venezolano  
La sociedad civil en Venezuela  
Movimiento democrático desde la base  
Derechos Humanos en Venezuela  
Método de análisis de la realidad

Nuestro Programa se dirige a grupos juveniles, populares, estudiantiles y profesionales, así como a empresas e instituciones empeñadas en una transformación del país a favor de las mayorías populares.

### ECONOMÍA

Familias y empresas en la economía  
¿Qué es la inflación?  
¿Qué son los mercados?  
Venezuela como país petrolero  
Estado y economía en Venezuela  
La economía informal  
Los mercados en Venezuela  
La crisis financiera  
Pobreza y distribución de ingreso  
Sectores productivos para el futuro

Para saber más sobre el Programa, incluso detalles sobre los temas y las posibilidades para su grupo, llámenos

- en Caracas  
Centro Gumilla:  
Teléfonos: 564.98.03 - 564.58.71  
Fax: 564.75.57
- en Barquisimeto  
Centro de Formación Rutilio Grande  
Sra. Lisa Sullivan  
Teléfono: 41.80.52 (8:00 am a 12 m)
- en Mérida  
Centro Fe y Alegría  
Sra. Mireya Escalante  
Teléfono 71.19.63

## ENTRADA

- **Las comunicaciones y el futuro**  
Sergio I. Melnick
- **La era electrónica y el desvalido en información: amenazas y oportunidades**  
Christopher Zielinski
- **Telecomunicaciones, cojeando del lado regulatorio**  
Victoria Cunningham
- **Los medios de comunicación ante las nuevas transformaciones**  
Jesús María Aguirre
- **El proyecto satelital Simón Bolívar, 23 años de historia**  
Reyna Expósito/Juan Manuel Matos
- **Las telecomunicaciones en la sociedad de la información: retos y estrategias para la UIT**  
Donald Maclean
- **El Grupo Cisneros o una recomposición telecomunicacional**  
Andrés Cañizález
- **Sociedad de la información y globalización en América Latina**  
Migdalia Pineda de Alcázar
- **Proyecto para la instalación de una Red Radial de Fronteras**  
Gustavo Villamizar Durán
- **Efectos sociales de la globalización. Nuevas etnias: la diáspora venezolana**  
Enrique Alí González
- **La "Otra Mitad del Sol", una telenovela de Colombia**  
Antonio Almeida

## ESTUDIOS

- **Ley de Telecomunicaciones (La propuesta de Conatel)**  
Gustavo Hernández Díaz
- **Del Neoliberalismo a la Desregulación**  
Francisco Tremonti
- **El caso europeo: Globalización y políticas de comunicación regionales**  
Marcial Murciano

## HABLEMOS

- **Conversación con Umberto Eco: a tres décadas de *Apocalípticos e Integrados***  
Lucrecia Escudero Chauvel

## DOCUMENTOS

- **Legislación sobre propiedad horizontal**  
Ricardo Antequera Parilli